

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Факультет журналистики

На правах рукописи

ГАЗЕНКАМППФ Алёна Викторовна

**Методы и формы подачи информации в научно-популярных
программах канала «Discovery»**

Профиль магистратуры – «Научно-популярная журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
кандидат филологических наук,
доцент Ущиповский С. Н.

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2016

Содержание	
Введение.....	3
ГЛАВА I. Научно-популярное телевидение в России и на Западе: особенности вещания, форматов и жанров	10
1.1. Основные тенденции развития научно-популярного телевидения в России и за рубежом	10
1.2. Научно-популярное телевидение в России и за рубежом: дефиниции, жанровая специфика	23
1.3 Лайф-ту-тейп как метод съемки телевизионных программ	33
Выводы по первой главе.	35
ГЛАВА II. Научно-популярные программы в эфире канала “Discovery”	38
2.1. «Разрушители легенд» и «Наука магии»: научно-развлекательный формат («nonfiction entertainment») и метод лайф-ту-тейп	40
2.2. «Как это устроено» и «Как это работает»: метод гиперреализма.	71
Выводы по второй главе.....	83
Заключение	86
Список источников и литературы	89
Приложения	97

Введение

Актуальность исследования. Наука не стоит на месте, и, хотя с середины XX века прошло уже более 50 лет, революция всё еще совершается. По данным Всемирной организации интеллектуальной собственности (“World Intellectual Property Organization”), только в России подается 41 414 заявок на патенты, в США этот показатель превышает 500 тысяч¹. Ежегодно присуждаются Нобелевские, Шнобелевские, Демидовские и другие премии, появляются всё новые технологии. В формировании научного мировоззрения и объективной картины мира не последнюю роль играет научно-популярное телевидение. Оно призвано информировать о наиболее важных событиях в мире науки и техники, пропагандировать новейшие научные достижения, организовывать борьбу за новые научные идеи, направления, изобретения, просвещать, воспитывать эстетические вкусы (программы о музыке, литературе, театре, живописи и т.д.)².

Исторически сложилось так, что бурный расцвет научно-популярных программ и печатных изданий в период СССР сменился упадком. Тиражи у журналов резко сократились, большую часть программ закрыли. На сегодняшний день в России телевизионный рынок научно-популярного сегмента представлен каналами отечественного производства «Наука 2.0», «Техно-24» и отдельными программами на каналах «Культура», «Первый канал», «Россия» и других, а также зарубежными каналами, в том числе и “Discovery Channel”. Телеканал “Discovery” существует уже больше тридцати лет, последние семнадцать он успешно выходит в эфир в России. Флагманским каналом во многих странах вещания он остается благодаря успешному синтезу бизнес-модели, уникального научно-развлекательного формата (“nonfiction

¹ Рейтинг стран мира по количеству патентов. Гуманитарная энциклопедия // Центр гуманитарных технологий. – 2011.03.10 (последняя редакция: 2014.07.07). Электронный ресурс. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-patents/info> (дата обращения 10.02.2016)

² Лапина И.Ю., Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения, диссертация. Электронный ресурс. URL: <http://www.dissercat.com/content/osnovnyetendentsii-funktsionirovaniya-nauchno-populyarnogo-televideniya> (дата обращения 10.02.2016)

entertainment”) и жанра программ – “documentary”, которые являются аналогом отечественных научно-популярных. А вот аналога формата “nonfiction entertainment”, который диктует особую форму подачи информации, в теории и практике отечественной телевизионной журналистики нет: этот формат еще не стал предметом серьезных научных исследований. Однако, зарубежный опыт создания успешных научно-популярных программ может быть полезным для отечественных практиков.

Ярким примером научно-развлекательного формата (“nonfiction entertainment”) на канале “Discovery” является программа «Разрушители легенд», которая гармонично сочетает в себе зрелищность, тематическое разнообразие и научные эксперименты с доступным объяснением.

Ведущий научный сотрудник Института гидродинамики СО РАН, доктор технических наук, профессор Новосибирского государственного университета Евгений Иванович Пальчиков считает, что именно эксперимент – самый лучший метод подачи естественнонаучной информации: «В демонстрации, например, можно показать, что если опустить руку в жидкий азот, то в первые 10 секунд с ней точно ничего страшного не будет. Или – как погасить пламя высотой в 2,5 метра слабеньким вихревым кольцом». Профессор отмечает, что лучшие способы подачи информации – создание наукоемких игровых сред, где играя, можно чему-то научиться и познакомиться с какой-либо наукой, или интерактивные музеи, экспонаты которых также способствуют созданию научной картины мира. Особое внимание в популяризации науки профессор уделяет показу фильмов и программ по телевидению, в которых показываемые действия не соответствуют реальности. Особенно это касается взрывов, высоких и низких температур, электрических разрядов. Пальчиков отмечает, что «ложные знания, которые мы получаем при просмотре фильмов и передач, могут

привести к неадекватной реакции в критической ситуации»³ и в связи с этим акцентирует внимание на качественных телевизионных проектах, которые популяризуют науку и не создают ложных представлений у зрителя. К таким проектам ученый относит программу на канале “Discovery” «Разрушители легенд». «В передачу вкладываются действительно большие средства, и это оправдано, потому что там грамотно работают и режиссеры, и операторы, и научные эксперты, используются полигоны и сложные научные приборы». Пальчиков считает, что такие программы, которые могут заменить походы в научно-популярные музеи – «находка».

И, действительно, «Разрушители легенд» успешно «разрушают» голливудские мифы, которые популяризуют ложное представление о тех или иных явлениях нашей жизни, расширяя мировоззрение зрителей и создавая к ним научную картину мира.

Кроме этого, ведущие передачи «Разрушители легенд» занимаются популяризаторской деятельностью, используя свой опыт работы в программе. Так, Джейми Хайнеман, один из ведущих, регулярно выступает с лекциями по продакт-дизайну и креативному решению проблем в университетах Стэнфорда и Беркли. В этом году он приглашен на “Geek Picnic”⁴ в Москве и Петербурге, где будет выступать с лекцией. Он расскажет «о своем сумасшедшем опыте инженера и «разрушителя легенд», который, по его словам, был в равной степени волнующим и опасным, но позволил понять, что значит быть ученым и испытывать радость творческой свободы»⁵. Более того, главной темой “Geek Picnic” заявлено «Разрушители легенд» – в честь одноименной программы. В рамках фестиваля «Discovery Channel» покажет

³ Аршинова А. «Профессор Евгений Пальчиков о популяризации науки» // «Компьютерра» Электронный ресурс. URL: <http://old.computerra.ru/interactive/697108/> (дата обращения 11.04.2016)

⁴ “Geek Picnic” - крупнейший научно-популярный фестиваль под открытым небом Восточной Европы, посвященный современным технологиям, науке и творчеству. Традиционно проходит в Москве и Петербурге, в 2016 году также пройдет в Израиле.

⁵ Официальный паблик “Geek Picnic” в социальной сети «ВКонтакте». Электронный ресурс. URL: http://vk.com/gazenkampfskaya?w=wall18715263_5761%2Fall (дата обращения 27.04.2016)

«25 лучших моментов программы "Разрушители легенд"». Это говорит о сегодняшней популярности программы как об инструменте популяризации научных знаний.

В России программы в формате «nonfiction entertainment» начали появляться не так давно. Например, «ЕХперименты с Антоном Войцеховским» на телеканале «Наука 2.0». Но если «ЕХпериментам» нет и пяти лет, то «Разрушители легенд» успешно выходят в эфир вот уже 14 лет подряд. «Наука может быть не только познавательной, но и зрелищной⁶» – в одном из выпусков программы говорит Антон Войцеховский. При съемке отечественной программы активно используются высокоскоростные камеры, которые способны снимать до 150 тысяч кадров в секунду, и другая самая современная техника. Это делает программу зрелищной, но не привносит в нее развлекательных элементов. Ведущий, Антон Войцеховский, нацелен скорее на серьезный диалог со зрителем, нежели на синтез науки и развлечения. В то время как передача канала “Discovery”, кроме того, что стала первопроходцем в этом формате, отличается равным количеством развлечения и научности в выпусках программ, благодаря легкой подачи информации, зрелищности и харизме ведущих. В «ЕХпериментах» развлекательной составляющей гораздо меньше.

Степень научной разработанности темы.

В основу теоретической базы легли работы отечественных авторов, посвященные телевизионным жанрам, в том числе и научно-популярным – А. Князева, Е.П. Прохорова, И.Ю. Лапиной, Е.Г. Константиновой, А.М. Шестериной, Н. В. Вакуровой и Л. И. Московкина, В.В. Егорова, и работы, посвященные методу съемки «лайф-ту-тейп» – Е.Ю. Агамян и Л.М. Кислой.

В связи с тем, что среди отечественных исследователей никто не изучал научно-популярное зарубежное телевидение в общем и в частности научно-

⁶ См.: Программа «ЕХперименты с Антоном Войцеховским» на канале «Наука 2.0», выпуск «Научная кухня», 2012г. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WIHxIzMekBA> (дата обращения 19.04.2016)

развлекательный формат (“nonfiction entertainment”) и зарубежный научно-популярный жанр программ “documentary”, в данной работе автор опирался, прежде всего, на труды зарубежных исследователей. Работы Эльфриды Фюрзих (Elfriede Fürsich) посвящены тематическим особенностям формата и неразрывной связи между форматом и бизнес-моделью “Discovery Channel”. Йанг Чинъи и Цанг Йенйен (Jingyi Yang и Yanyan Zhang) не только затрагивают особенности формата “nonfiction entertainment”, но и исследуют стратегии маркетинга и локализации компании “Discovery Communication Inc.”.

Х.Соломон (H. Solomon), К. Хейли (K. Haley), Б. Селзник (B. Selznick), А. Рубин (A. Rubin), С.В. Стэнфорд (S. W. Stanford), М. Клоатр и Т. Шинн (M. Cloitre и T. Shinn), А. Пончева (A. Pountcheva) исследуют жанр “documentary” и его особенности.

Таким образом, из отечественных исследователей никто не предпринимал попыток изучения научно-популярных программ на телевидении США. Работ на тему научно-развлекательного формата (“nonfiction entertainment”) и жанра “documentary”, который соответствует отечественному научно-популярному, в России нет, поэтому для работы над теоретической частью данной диссертации автор использовал зарубежные труды.

Эмпирическую базу диссертационной работы составили видеоматериалы. В качестве первоисточников были привлечены непосредственно выпуски анализируемых программ. В общей сложности изучено 198 выпусков четырех программ канала “Discovery”: 76 выпусков программы «Разрушители легенд» (5 сезонов), 78 выпусков программы «Как это устроено» (5 сезонов), 26 выпусков программы «Как это работает» и 18 выпусков программы «Наука магии».

Представленная магистерская диссертация обладает определённой **научной новизной**. В ней предприняты попытки исследования зарубежного формата “nonfiction entertainment”, жанра “documentary” и возможность их

адаптации для отечественного телевидения, чего в отечественной науке никто еще не делал.

Объект исследования – телеканал “Discovery” как модель успешной реализации научно-развлекательного формата (“nonfiction entertainment”).

Предмет – формы и методы подачи информации в программах «Разрушители легенд», «Наука магии», «Как это работает», «Как это устроено» телеканала “Discovery Channel”.

Основные методы исследования: включенное наблюдение, сравнительно-описательный анализ и частотный анализ программ.

Целью данной работы является выявление форм и методов подачи информации в зарубежных научно-популярных программах на примере канала “Discovery”.

Для достижения цели нам необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) охарактеризовать основные тенденции развития научно-популярного телевидения в России и за рубежом;
- 2) раскрыть жанровую специфику телевизионных отечественных и зарубежных программ, дать определения терминам «научно-популярная программа» в отечественной и зарубежной телевизионной практике;
- 3) рассмотреть «лайф-ту-тейп» как метод съемки телевизионных программ;
- 4) дать общую характеристику телеканала “Discovery” и его научно-популярным программам;
- 5) дать краткую характеристику программе «Разрушители легенд», выявить формы и методы подачи информации в ней;
- 6) дать краткую характеристику программе «Наука магии», выявить формы и методы подачи информации в ней;
- 7) дать краткую характеристику программе «Как это устроено», выявить формы и методы подачи информации в ней;
- 8) дать краткую характеристику программе «Как это работает», выявить формы и методы подачи информации в ней;

9) сделать выводы, на основании которых составить рекомендации по созданию успешных научно-популярных программ.

Положения, выносимые на защиту:

- 1) Успешность программ телеканала “Discovery” заключается в удачном симбиозе бизнес-модели, формата и вида программ;
- 2) Научно-развлекательный формат (“nonfiction entertainment”) легко локализовать в разных странах без потери отличительных черт формата, что позволяет программам в этом формате быть популярными;
- 3) Благодаря гармоничному сочетанию научной информации с развлекательными составляющими, научно-развлекательный формат (“nonfiction entertainment”) является одним из самых удачных для съемки научно-популярных программ;
- 4) Метод съемки «лайф-ту-тейп» и постоянное нахождение ведущих в кадре делает программы зрелищнее, а научные объяснения понятнее;
- 5) Использование метода гиперреализма делает объяснение сложной научной информации простым.

Апробирование результатов исследования автор провел работе над собственными научно-популярными проектами: рубрикой «Наука 1М», который выходил в эфир Интернет-канала «1М», и программой «Я выбираю науку», которая стала результатом преддипломной практики во время обучения.

Структура работы.

Работа состоит из введения, трех глав и заключения. Первая глава «Научно-популярное телевидение в России и на Западе: особенности вещания, форматов и жанров» рассматривает основные исследования, посвященные отечественному и научно-популярному телевидению, его развитию, дефинициям и жанровой специфике. Вторая глава «Научно-популярные программы в эфире канала “Discovery”» посвящена анализу передач «Разрушители легенд», «Наука магии», «Как это устроено» и «Как это работает» и методам и формам подачи информации в этих программах.

ГЛАВА I. Научно-популярное телевидение в России и на Западе: особенности вещания, форматов и жанров

1.1. Основные тенденции развития научно-популярного телевидения в России и за рубежом

Телевидение, как и другие виды СМИ, выполняет ряд социально-значимых функций, среди которых исследователи выделяют информационную, культурно-просветительскую, интегративную, управленческую, организаторскую и другие⁷. «Развитие журналистики показывает наличие еще одной ее исторически исконной функции, наряду с информационной, коммуникативной и организаторской, – просветительской. Информационная функция подчеркивает в журналистике ее объективные корни, ее сигнальную сущность, а просветительская уже несет в себе во многом субъективные факторы, определяющиеся деятельностью творца-просветителя»⁸. Также выделяется и рекреативная функция журналистики в общем и телевидения, в частности. Причем рекреативную следует понимать не только как развлекательную – «рекреация способствует развитию интеллекта, мыслительной деятельности, <...> При этом особое значение имеет художественный и интеллектуальный уровень и направленность материалов журналистики»⁹.

Кроме этого, одна из основных функций телевидения – воспитательная. ТВ берет на себя задачи обучать, развивать и способствовать познавательному процессу, а не только развлекать и информировать. Многие теоретики подтверждают, что ТВ используют в качестве образовательного инструмента. Т.Е. Черчес отметил, что в современном обществе информационные

⁷ См.: Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа, учебное пособие. Электронный ресурс. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm> (дата обращения 15.03.2016)

⁸ Жирков Г.В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе // Научно-культурологический журнал. 2004. №3 [93].

⁹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2011.

технологии занимают особое место, поскольку они, кроме информационной и коммуникативной функции, взяли на себя задачи просвещения и обучения¹⁰. Для реализации этих функций в журналистике, как в печати, так и в аудиовизуальных СМИ, появился научно-популярный вид контента.

Так, журналисты рассказывают зрителям в общедоступной форме о развитии науки и техники, приобщают к искусству и переносят зрителя в различные места нашей планеты. Научно-популярное телевидение призвано информировать о наиболее важных событиях в мире науки и техники, пропагандировать новейшие научные достижения, организовывать борьбу за научные идеи, направления, изобретения, просвещать, воспитывать эстетические вкусы (программы о музыке, литературе, театре, живописи и т.д.). Иными словами, научно-популярное телевидение должно формировать у зрителей научную картину мира, научное мировоззрение¹¹.

С развитием телевидения, как в России, так и за рубежом, начали появляться программы, а затем и специализированные каналы, основные функции которых – в первую очередь образовывать и просвещать своих зрителей. Но в связи с особенностями развития телевидения исторически сложилось, что на Западе и в СССР передачи о науке, технических достижениях, природе, культуре, истории выходили в эфир на разных площадках, и, естественно, жанры этих передач, выполняя одни и те же функции.

Так, в России точкой отчета появления научно-популярного контента на телевидении можно считать тележурналы. «Телевидение дало зеленую улицу научно-популярным киножурналам, потому что именно в них была частично преодолена грань традиционного культурного просветительства, они были

¹⁰ Черчес Т.Е. Психологические особенности восприятия содержания устноречевого сообщения при его совмещении с видеорядом в научно-познавательных фильмах // Актуальные проблемы современной российской психологии: материалы междунар. форума и школы молодых ученых ИП РАН, 2006. Электронный ресурс. URL: http://www.ipras.ru/cntnt/rus/dop_dokume/mezhdunaro/nauchnye_m/razdel_3_a/cherches_t.html (дата обращения: 08.01.2016)

¹¹ См.: Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли. М., 2007. С. 50.

публицистичны»¹². Еще 1949 году, на советском телевидении появился научно-популярный киножурнал «для всех» «Наука и техника», затем в эфир начал выходить журнал «Хочу всё знать», рассказывающий за 10 минут о научных открытиях, тайнах окружающего мира, загадках животного и растительного миров и о многом другом, затем тележурнал «Здоровье». Появились и программы – «Наука сегодня», «Человек. Земля. Вселенная», «В мире животных», «Клуб кинопутешествий», «Очевидное – невероятное» и другие¹³.

Примечательно, что в период Гостелерадио СССР второй по величине после Главной редакции информации на Центральном телевидении была Главная редакция научно-популярных и учебных, а затем образовательных и просветительских программ, которая вела рубрики на Первом и Втором общесоюзных каналах, имела собственный общеобразовательный канал¹⁴, который нельзя назвать научно-популярным.

Результатом коренных изменений в политической и экономической жизни страны в переходный период стали прекращение государственного финансирования просветительских телепроектов и коммерциализация эфира. Основная часть отечественных передач этого направления оказалась не готовой к конкуренции с развлекательными программами и зарубежными научно-популярными циклами, что привело к потере их аудитории и последующему закрытию. Удержаться в постсоветском информационном пространстве сумели единицы¹⁵. Только после распада СССР с появлением коммерческого телевидения и частных медиакомпаний на ТВ начали появляться специализированные каналы, посвященные в том числе и науке, среди которых «Наука 2.0», «Техно-24».

¹² См.: Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли. М., 2007. С. 10.

¹³ Там же. С. 13.

¹⁴ Там же. С. 3.

¹⁵ См.: Константинова Е.Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: Моск. гос. ун-т, 2010. С. 17.

На Западе история появления специализированных каналов, выполняющих просветительскую функцию, отличается от отечественной. За рубежом, как и в России, часть контента, посвященного научным и техническим достижениям, разработкам, исследованиям в разных областях, выходило и выходит в эфир общественно-политических каналов. С развитием телевидения, появлением целых медиакомпаний и холдингов, крупные телерадиокомпании открыли вещание специализированных каналов, которые и в наше время пользуются популярностью у зрителей не только своих стран, но и за рубежом, в том числе и в России.

В США в начале 1950-х годов было принято решение зарезервировать ряд частот вещания для образовательного общественного ТВ в связи с необходимостью использовать телевещание для образования и просвещения аудитории. Первая некоммерческая образовательная телестанция была создана в Хьюстоне в 1953 г., однако вплоть до конца 1960-х годов этот вид телевидения был развит весьма слабо – главным образом, из-за дефицита финансирования, поскольку вещание осуществлялось в значительной мере из средств, пожертвованных частными «донорами» – отдельными лицами, благотворительными фондами и корпорациями. В 1967 г. была учреждена Служба общественного вещания (PBS), объединившая разнообразные некоммерческие телестанции страны в целях улучшения производства культурно-образовательных программ и налаживания более эффективного обмена ими¹⁶.

Говоря о правительственной поддержке научно-популярного телевидения за рубежом, важно отметить, что выделение прямых государственных субсидий, как было на отечественном телевидении во время СССР, не является характерной практикой финансирования вещания, вместе с тем в развитых странах мира создана база для функционирования общественного телевидения, инициатором развития которого выступает

¹⁶ См.: Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. М., 2003. С. 289.

именно государство, формируя общественный совет, состоящий из авторитетных экспертов, поддерживая введение индивидуальной абонентской платы за просмотр общественных каналов и налагая на общественных вещателей ряд обязательств. Финансируемые, частично или полностью за счет абонентской платы, регулярно вносимой подписчиками, либо за счет государственных инвестиций, каналы komponуют сетку вещания, отражающую интересы зрителей. В результате значительная часть научно-популярных телепрограмм мира регулярно выходит в эфир каналов государственного или общественного телевидения: «Пи-Би-Эс» (“PBS”) в США; Би-Би-Си в Великобритании; «Франс 2» (“France 2”) и «Ти-Ви Санк Монд» (“TV 5 MONDE”) во Франции; АРД (“ARD”) и ЦДФ (“ZDF”) в Германии; «Ти-Ви-Э ла Примера» (“TVE La Primera”, “TVE 1”) и «Ти-Ви-Э ла 2» (“TVE La 2”) в Испании; «Эй-Би-Си Ти-Ви» (“ABC TV”) в Австралии; Эн-Эйч-Кей (“NHK”) в Японии¹⁷, в Италии – телеканал «Рай» (“Rai”)¹⁸. В следствие, отмечается ежегодный стабильный рост интереса к науке в обществе зарубежных развитых государств. Кроме этого, по утверждению В. Иноземцева, особенностью современного информационного общества становится нарастающее значение знаний¹⁹, люди стремятся расширять своё мировоззрение, узнавать о новых исследованиях. Таким образом, при успешном сочетании желания зрителей смотреть передачи на научные темы и коммерческой возможности у медиакомпаний создавать нишевые каналы, за рубежом появляются отдельные каналы, контент которых посвящен научным достижениям, исследованиям, техническим разработкам. Например, в Великобритании наряду с новостными, спортивными, политическими и

¹⁷ См.: Шариков А.В. Телевидение и общество: нравственный конфликт // Социальная философия и социология художественной культуры. 2013. № 6. Электронный ресурс. URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/849.html> (дата обращения: 16.02.2016)

¹⁸ См.: Официальный сайт телеканала “Rai”. Электронный ресурс. URL: http://www.rai.it/dl/rai/guidaTv.html?refresh_ce (дата обращения 12.03.2016)

¹⁹ Иноземцев В., Белл Д. Эпоха разобщенности: размышления о мире в XXI веке // Центр исследований постиндустриального общества. М., 2007. С. 134.

детскими каналами в эфир выходит научно-популярный контент. Именно эту страну Виктор Штепа в своей работе описывает как образцовую в сфере создания научно-популярных материалов: «Взять хотя бы BBC: за последние 13 лет телевидение расцвело. Они создали специальные научно-популярные программы и телеканалы. На телевидении существует целый канал, который занимается исключительно пропагандой научных знаний. Более того, основная часть новостей BBC посвящена новостям о науке, научных исследованиях и ученым. Благодаря усилиям и большим деньгам “BBC” и “National Geographic” появилось совсем новое направление научной популяризации – дорогостоящие экспедиционные съемки природы и не менее затратные компьютерные реконструкции прошлого»²⁰.

Британская вещательная корпорация владеет 9 каналами. Если в эфире “BBC One” больше новостного и развлекательного контента, а документальные фильмы или передачи о науке, культуре и путешествиях встречаются реже, то “BBC Two” транслирует документальные фильмы и программы, передачи о искусстве, истории и науке. Кроме этого есть каналы “BBC Three”, “BBC Four”, “BBC Alba”, канал о политике “BBC Parliament”, детский канала “CBBC”, “CBeebies” и самый популярный круглосуточный канал “BBC News”.

В Италии похожая ситуация с тематическими каналами: у государственной телерадиовещательной корпорации «Rai» в линейке телеканалов “Rai 1”, “Rai 2”, “Rai 3”, “Rai 4”, “Rai 5”, “Rai news”, “Rai Gulp”, “Rai Sport”, “Rai Sport 2”, “Rai Premium”, “Rai Scuola”, “Rai YoYo”, “Rai Movie”²¹ есть телеканал “Rai Storia”²². В эфир на этом канале выходят

²⁰ См.: Штепа В. Научная журналистика в современном мире // Научно-культурологический журнал. Вып.5[150]. 2007. Электронный ресурс. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1754> (дата обращения: 11. 06. 2015)

²¹ См.: Официальный сайт телеканала “Rai”. Электронный ресурс. URL: http://www.rai.it/dl/rai/guidaTv.html?refresh_ce (дата обращения 14.03.2016)

²² См.: Официальный сайт телеканала “Rai Storia”: Электронный ресурс. URL: <http://www.raistoria.rai.it/> (дата обращения 14.03.2016)

документальные фильмы, исторические программы, передачи, посвященные выдающимся личностям прошлого или «дню в истории». Есть и программы о путешествиях, акцент в которых также сделан на историю страны. Телеканал “Rai Scuola” в линейке этой телерадиовещательной компании считается образовательным, в его эфире, кроме образовательных, также выходят документальные программы и фильмы.

Шведская медиакомпания Modern Times Group (MTG) в России представлена следующими каналами: “TV1000”, “TV1000 Русское кино”, “TV1000 Action”, “TV1000 Megahit HD”, “TV1000 Comedy HD”, “TV1000 Premium HD”, “Viasat Nature”, “Viasat Sport”, а также телеканалами “Viasat History”, посвященном истории, и “Viasat Explore”. В сетке вещания “Viasat Explore” больше документальных фильмов, чем программ. Наряду с фильмами об экстремальных видах спорта и путешествиях в эфир канала выходит и научно-популярный контент о современных технологиях, истории или животных.

В России одним из успешных зарубежных каналов среди тех, которые выполняют функции просвещения телезрителя, способствуют его рекреации и образованию является “Discovery Channel”, принадлежащий американской компании “Discovery Communication Inc.”. В 2015 году канал отметил свое тридцатилетие. За это время “Discovery Communications” достигла статуса вещательной компании №1 в мире в области платного ТВ: в каждой из более чем 220 стран ее присутствия вещает в среднем 10 каналов, а совокупный охват составляет почти 3 млрд. подписчиков. Официальные представительства компании на сегодняшний день есть в Лондоне, Сингапуре и Майами, Китае, Австралии, Новой Зеландии, Европе, Ближнем Востоке, в странах СНГ, в том числе и в России.

Медиакомпания является коммерческой, ее доход пополняется из трех источников: сборы, взимаемые с операторов, которые распространяют

контент, рекламу и другие сделки, включая разработку учебных программ, организацию лекций или других мероприятий²³.

“Discovery Communication Inc.” вместе со своим ведущим каналом успешно справляется с национальными, культурными и историческими различиями, ежегодно расширяя территорию вещания, она выросла во всемирный бренд, и за 20 лет существования стала «Лучшим Мировым брендом» по версии “Interbrand” в 2013 году²⁴.

В линейке каналов компании “Discovery Communications Inc.”, как у медиакомпаний в других странах, также есть строгое разграничение контента по тематическим каналам: “TLC”, “OWN”, “ID - Investigation Discovery”, “Military Channel”, “Destination America”, “Discovery Fit & Health”, “Velocity”, “3net” и др. Каналом, который популяризирует научные достижения, в этой медиакорпорации является “Discovery Science”. «“Discovery Science” внимательно изучает, как наука и технологии влияют на нашу жизнь сейчас и будут влиять в будущем, рассказывая об этом в увлекательной и захватывающей манере. Слоган канала – «Наука повсюду»»²⁵. Кроме этого, Discovery Communication Inc. принадлежит канал “Animal Planet”, программы которого посвящены животным: диким в их естественной среде обитания, домашним, тем, которые занесены в «Красную книгу» и находятся на грани вымирания.

В январе 2015 года компания “Discovery Communications Inc.” попала в список наиболее уважаемых компаний по версии журнала “Fortune”, а “Discovery Channel” по сей день остается флагманским каналом компании²⁶.

²³ Global multichannel markets: developments in Chinese media joint ventures // SNL Kagan Consulting. 2010.

²⁴ См.: Best Global Brands 2013. Электронный ресурс. URL: <http://www.interbrand.com/assets/uploads/Interbrand-Best-Global-Brands-2013.pdf> (Дата обращения 17.06.2015)

²⁵ См.: Официальный сайт телеканала “Discovery Science” в России. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-science-hd/about/> (дата обращения 14.03.2016)

²⁶ См.: Официальный сайт компании “Discovery Communication Inc.”. Электронный ресурс. URL: <http://30yearsofdiscovery.com/41-discovery-communications-named-to-most-admired-companies-list-by-fortune> (дата обращения 25.01.2016)

Количество зрителей (абонентов) канала составляет 95 миллионов в США и 386 миллионов в мире – “Discovery Channel” по количеству зрителей стоит на первом месте среди всех каналов компании²⁷. В 1989 году он стал первым документальным каналом, запустившим международное вещание – сначала его уникальный контент увидели зрители Европы, а затем компания начала масштабную экспансию: она осваивала новые рынки, представляла новые каналы, изобретала новые жанры и форматы.

“Discovery Channel” появился в США в 1985 году. Свое вещание он начал с показа документального фильма про айсберг Элли и холодные воды Северной Атлантики и сразу завоевал внимание телезрителей. В редакцию канала поступил звонок от учителя из Канзаса с просьбой разрешить показ этого фильм своим ученикам. Всего абонентов канала в то время было 156 000²⁸. Вещание канала распространилось по всему миру. Телеканал “Discovery” развивался по стратегии международного расширения. Вторыми по счету странами уже в 1989 году, где начал показывать канал стали Великобритания и Скандинавия. В 1990 годах канал вышел на европейские, латиноамериканские, азиатские рынки, а также в Австралию и Новую Зеландию²⁹.

За историю существования канала программы удостоивались самых высоких наград. Так, в 2000 году документальный фильм «Воскрешение мамонта» об экспедиции и раскопке мамонта на территории вечной мерзлоты был показан на 23 языках мира в 146 странах, его посмотрели более 10

²⁷ См.: Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс. URL: https://corporate.discovery.com/wp-content/uploads/2015/11/159035_GLOBE_2015_Q3_AT_A_GLANCE_WEB.pdf (дата обращения 25.01.2016)

²⁸ См.: Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс. URL: <http://30yearsofdiscovery.com/17-discovery-communications-founded-with-launch-of-discovery-channel> (дата обращения 25.01.2016)

²⁹ Yang J. Globalization Strategies Utilized by Discovery Networks: A Case Study. 2014. P. 2.

миллионов зрителей. Фильм получил пять номинаций на «Эмми» и одержал победу в категории “Outstanding Non-Fiction Special”.³⁰

Уже за первые 15 лет существования аудитория канала увеличилась до 400 миллионов домашних хозяйств во всем мире, “Discovery Channel” стал одним из самых популярных каналов. Еще в 2005 году по результатам всемирного исследования “Roper Reports Worldwide study” 2005 года, “Discovery Channel” назван ведущим брендом среди СМИ и самым популярным телеканалом в мире³¹.

В России телеканалы компании “Discovery” вещают уже более 17 лет. Портфолио представлено телеканалами различных жанров, каждый из которых занимает лидирующее место в своей категории. “Discovery Channel” является телеканалом №1 среди всех платных каналов у мужской аудитории 20-49 по доле телесмотрения. Его узнаваемость в стране на сегодняшний день превышает 80%³².

Русскоязычный телеканал “Discovery” появился в апреле 1998 года. Его аудитория в России – мужчины в возрасте 20-49 лет. В эфир выходят научно-популярные и познавательно-развлекательные программы на самые разные темы. “Discovery Channel” пробуждает любопытство и расширяет горизонты, знакомя с последними инновациями и самыми сложными технологиями. Ведущие и герои программ – первопроходцы, харизматичные эксперты-первооткрыватели, которые пробуждают яркие эмоции, дают пищу для ума и делают жизнь каждого из зрителей увлекательнее. Они ведут зрителей на встречу к открытиям, расширяют их мировоззрение, делятся новыми для них знаниями.

³⁰ См.: Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс URL: <http://30yearsofdiscovery.com/6-discovery-channel-breaks-records-with-iraising-the-mammothi> (дата обращения 25.01.2016)

³¹ См.: «“Discovery Channel” – бренд номер один среди телеканалов и СМИ в США и мире». Электронный ресурс. URL: <http://www.telekritika.ua/news/2005-07-04/24325> (дата обращения 10.02.2016)

³² Из корпоративных документов, любезно предоставленных автору настоящей работы Екатериной Снаткиной, менеджером по маркетингу “Discovery Channel Russia” со ссылкой на TNS, апрель 2015 (дата обращения 15.05.2015)

Каждый сезон в эфире канала появляются новинки, которые ни в чем не уступают опытным программам. Этот год – не исключение. Слоган “Discovery Channel” «Не переставай открывать!» стал слоганом нового телесезона. Этому слогану соответствует контент как новинок, так и тех программ, что выходят в эфир канала уже несколько лет.

Одной из ожидаемых премьер нового сезона стала картина «Гонка на вымирание» – документальный фильм режиссера Луи Сайхойоса. Фильм заостряет внимание на проблеме истребления животных – если оно будет идти такими же темпами, как сейчас, то через сто лет на планете останется вдвое меньше видов. Одновременно режиссер показывает всю красоту океана и его обитателей, которых однажды может не стать, если гонка на вымирание не прекратится.

Также в эфире канала появилась программа «В поисках сокровищ: змеиный остров», герои которой отправились на поиски древнего клада на один из самых опасных островов Земли. Программа «Путешествие в неизвестность с Эдом Стаффордом», которая стала премьерой нового сезона, также посвящена опасным путешествиям и поиску ответа на загадки природы. По мнению Григория Лаврова, старшего директора каналов “Discovery Networks” в Северо-Восточной Европе, запущенная имиджевая кампания в поддержку нового телесезона «призвана отразить обновленное позиционирование канала, для которого более значимую роль вновь начинают играть его традиционные ценности, а также представить новые премьеры, которые обещают быть масштабными, смелыми, зрелищными и захватывающими как никогда. Жажда знаний по-прежнему определяет ДНК бренда и лежит в основе нашей контентной политики, а также кампании "Не переставай открывать"»³³.

Большая часть программ канала посвящена выживанию в сложных климатических и природных условиях. Например, передачи «Аляска: семья из

³³ Из корпоративных документов, любезно предоставленных автору настоящей работы Екатериной Снаткиной, менеджером по маркетингу “Discovery Channel Russia”

леса» – о жизни семьи Браун, которая живет в дали от цивилизации уже больше 30 лет или передача «Курс выживания с Беаром Гриллсом», ведущий которой показывает навыки выживания, ориентирования на местности и добывания пищи в безлюдной местности – пустыни, непроходимых лесах, вечной мерзлоте. А также передача «Выжить вместе», ведущие которой бывший военный Дейв Кентербери и ученый Коди Ландин, отправляются в самые негостеприимные места на Земле и показывают, как правильные навыки и творческий подход помогают выжить.

Программа «Что было дальше?» рассказывает о необычных случаях, трюках и разрушениях, когда-либо запечатленных на видео. Зрителям предлагается выбрать один из ряда невероятных, но научно обоснованных вариантов развития событий, каждый из которых может стать продолжением показанной записи. А передачи «Багажные войны», «Охотники за старьем» и «Сокровища из кладовки» посвящены антиквариату: аукционам по продаже старинных ценных вещей, коллекционированию, обмену.

Часть программ посвящена автомобилям и мотоциклам, их созданию, восстановлению и тюнингу: «Моторестоврация», «Братья Дизель», «Быстрые и громкие», «Стальные парни».

Стоит отметить, что в данной работе мы рассматриваем телеканал Discovery не оригинальную версию, а ее адаптированный для России вариант.

А. Моран в своей работе выделяет два вида адаптации телепрограмм – «закрытый» и «открытый»³⁴. При первом варианте создается идентичная своему зарубежному прототипу программа, которая имеет жесткую структуру, при втором, «открытом», телепрограмма создается под какой-либо конкретной проект и не является переведенной копией оригинала. Мы же, говоря «адаптированный для России вариант телеканала “Discovery”», имеем в виду доступный отечественному зрителю канал, который как правило входит

³⁴ Moran A. Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats // Continuum: Journal of Media & Cultural Studies. London, 2009. P. 118 – 119.

в пакет кабельного или спутникового платного телевидения и транслируется на русском языке, а не на языке оригинала – английском.

Цанг Йенйен (Yanyan Zhang) в книге “Marketing strategies: the success of Discovery Communications Inc. TV Critics” пишет, что трудно предположить заранее, какой контент канала будет принят зрителями в другой стране из-за постоянно меняющихся предпочтений. При локализации контента на местном рынке другой страны, то есть при открытии канала и бизнеса, существует много рисков, в том числе торговые и культурные барьеры, изменения в экономической среде и политическая нестабильность, как, например, в Китае³⁵. Поэтому у канала “Discovery” имеется значительное количество контента, переведенного на разные языки, чтобы он был доступным в странах по всему миру. Кроме этого, компания создает локальные программы, адаптируя их к индивидуальным предпочтениям рынка³⁶. Труды компании в области стратегии локализации не проходят даром: телеканал “Discovery” выделяется по качеству контента и количеству зрителей в странах присутствия. Г. Шиллер отмечает, что вообще в целом лидером на мировом рынке являются СМИ США, в том числе и в научно-популярном сегменте³⁷.

Таким образом, отечественные каналы, специализирующиеся на научной сфере, стали появляться сравнительно недавно – научно-популярные программы на отечественном телевидении выходили в эфир на телеканалах общей направленности, а не узкоспециализированных. На Западе же практика вещания тематических каналов успешно существует уже давно. Е.Г. Константинова отмечает, что такие зарубежные каналы пользуются популярностью в России потому, что «ниша качественного, доступного массовому зрителю научно-популярного вещания на медиарынке страны

³⁵ См.: Yanyan Zhang. Marketing strategies: the success of Discovery Communications Inc. TV Critics. 2009. P. 23.

³⁶ См.: Discovery Annual Report, 2012. Электронный ресурс. URL: http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/h_wr03743.html (дата обращения 25.02.2016)

³⁷ См.: Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер; Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной / под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2004.

остается незаполненной, несмотря на регулярное обсуждение в СМИ перспектив запуска подобного рода проектов и попыток их реализации»³⁸, и эту нишу успешно заполняет зарубежный контент. Подобное мнение высказывает А.В. Шариков: «Все общественно-политические материалы прессы, радио, телевидения были направлены на пропаганду советской идеологии. В то же время, в деятельности советского телевидения значительную роль играли программы культурно-просветительского, научно-популярного, образовательного характера. Был период, когда существовало учебное телевидение, работавшее на систему школьного и вузовского образования»³⁹. Затем в постсоветской России телевидение стало смешаться в сторону развлечения. Александр Вячеславович Шариков задает вопрос: почему это стало происходить и продолжается сегодня? И отвечает, что главная причина – экономическая. Если раньше телеканалы были «машинами для идеологического воздействия», то теперь они стали «машинами для делания денег»⁴⁰.

1.2. Научно-популярное телевидение в России и за рубежом: дефиниции, жанровая специфика

На телевидении за рубежом нет такого термина и понятия как «научно-популярное телевидение», «научно-популярный жанр», в то время как и на телевидении в России не пользуются названиями западных форматов и жанров. Что касается теоретического осмысления западного опыта в данной сфере, то в отечественной науке нет работ, посвященных зарубежному телевидению и телевизионным продуктам, которые реализует функции

³⁸ Константинова Е.Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: Моск. гос. ун-т, 2010. С. 58.

³⁹ Шариков А.В. Телевидение и общество: нравственный конфликт // Социальная философия и социология художественной культуры. 2013. № 6. Электронный ресурс. URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/849.html> (дата обращения: 11.03.2016)

⁴⁰ Там же. Электронный ресурс. URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/849.html> (дата обращения: 11.03.2016)

просвещения зрителя, его образования и рекреации, то есть тех журналистских материалов, которые в России называют «научно-популярными». Для нашей работы принципиально важно определиться с терминологией: как называется научно-популярное телевидение за рубежом и чем оно отличается от научно-популярного ТВ в отечественные практики?

На сегодняшний день ни в каких типах СМИ не существует жанров в «чистом» виде, они все претерпевают изменения, трансформируются. На нестабильность, подвижность и неопределенность границ медиажанров ссылается известный лингвист Мартин Монтгомери. Более того, исследователь обращает внимание на мигрирование институциональных жанров из одной сферы деятельности в другую, например, таких жанров, как «лекция», «дебаты», «перекрестный допрос», которые трансформируются в новые медиажанры, такие как «дискуссия в студии» или «политическое интервью»⁴¹.

А.М. Шестерина отмечает, что с течением времени трансформация жанров проходила в основном в трех направлениях – эволюции, диффузии и замещении жанров⁴².

Эволюция – изменение жанра с сохранением его главных жанрообразующих признаков, например, эволюция жанра зарисовка: изначально несобытийная подборка кадров относилась к художественному типу, но всё набирающая в последнее время популярность на телевидении практика «No comments» или «Без комментариев» показывает, что этот жанр приобрел не только информационные черты, но и аналитические.

Диффузия жанров, то есть переход одного жанра в другой по одному из жанрообразующих признаков при сохранении остальных, наиболее ощутима в рамках соприкосновения жанровых групп – информационной, аналитической и художественно-публицистической. Так, современный

⁴¹ Montgomery M. Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach. New York, 2007. P. 25.

⁴² Шестерина А.М. Жанровый аспект эволюции отечественного телевидения: к постановке проблемы // Новое в массовой коммуникации: альманах. Вып. 7 – 8 (102 – 103). Воронеж, 2011. С. 56.

спецрепортаж на телевидении, несомненно, содержит элементы собственно репортажа, статьи, корреспонденции, обзоры, а порой и сильнейший эстетический компонент. «Диффузия проявляется не только через взаимодействие жанров журналистики, но и через соприкосновение этих жанров с другими жанрами экранной продукции – кинематографическими, рекламными, театральными»⁴³.

Замещение жанра – процесс сохранения его структурных и стилистических элементов при подмене функциональных особенностей и предмета изображения. Очень ярко замещение жанра проявляет себя в русле инфотеймента, где развлечение «рядится» в серьезный репортаж и даже журналистское расследование.

Тем не менее теоретики отечественной телевизионной журналистики делят жанры на три классических группы: информационные, к которым относятся видеосюжеты, отчеты, выступления, интервью, репортажи; аналитические – комментарий, обзор, беседа, дискуссия, ток-шоу, пресс-конференция, корреспонденция («передача»); и художественные жанры – очерк, зарисовка, эссе, сатирические программы и передачи. Н. В. Вакурова и Л. И. Московкин в своей работе «Типология жанров современной экранной продукции» кроме классических жанров (новости, телеигры, интервью, беседа, бенефис и т.д.) выделяют жанр гиперреализм. «Гиперреализм – новое производное на основе слова «реализм» фактически превратилось в термин с развитием техники анимации в изготовлении телевизионных заставок, видеоклипов и фильмов типа «Терминатор» или «Парк Юрского периода» – синтеза искусственного видеоряда с использованием мощной компьютерной графики. <...> Гиперреализм можно считать стилем, дополняющим основу произведения, поскольку особенно повышает зрелищность совмещение реального изображения и компьютерной графики (обычно это живой актер в

⁴³ Шестерина А.М. Жанровый аспект эволюции отечественного телевидения: к постановке проблемы // Новое в массовой коммуникации: альманах. Вып. 7 – 8 (102 – 103). Воронеж, 2011. С. 57.

виртуальном мире). Но одинаково правомерно к гиперреализму можно относиться и как к состоявшемуся жанру экранного искусства, который в будущем очевидно окажется порождающим источником рода и вида искусства. Одновременно данная форма синтеза экранного текста является и принципиально новой техникой общения в обществе, возможности которой будут экстенсивно эволюционировать»⁴⁴.

В.В. Егоров различает жанры по роду, методу построения образа, предмету изображения, характеру изображения, способу создания. К самостоятельному жанру исследователь относит и научно-популярный, внутри которого выделяет беседу, репортаж, викторину или телеконкурс, экскурсию с участием специалиста, телефильм, ТВ-лекцию. Он отмечает, что по мере развития журналистики возникло новое осмысление понятия жанра научной популяризации, но одна закономерность действует всегда: форма и содержание едины при ведущей форме содержания. «Например, если в научно-популярной передаче используются элементы теледрамы, привлекаются актеры, фрагменты художественных фильмов, то от этого передача не перестает быть научно-популярной. В чем же принцип деления на жанры? Главный принцип – характер изображения жизненного процесса, уровень его сложности, степень проникновения во внутренний мир человека»⁴⁵.

Н. Вакурова и Л. Московин также считают научно-популярный жанр самостоятельным. По их мнению, «научно-популярный жанр – распространенная на ТВ форма зрелищного и доступного широкой аудитории без специального образования представления научных или технических достижений человека, также показа естественных явлений природы»⁴⁶. Исследователи отмечают, что некоторые сюжеты научно-популярного жанра

⁴⁴ Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции// Учебное пособие, М., 1997. С. 30.

⁴⁵ Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. М.,1992. С. 124.

⁴⁶ Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции// Учебное пособие, М., 1997. С. 46.

не просто высокохудожественны, но и настолько строги в научном обосновании, что фактически используются зрителями в качестве учебного телевидения, исчезнувшего с экрана как самостоятельная рубрика.

Кроме деления жанров в зависимости от способа отражения реальной действительности, функциональных особенностей тех или иных передач, их частей, тематического своеобразия и технических условий создания телепроизведения, как делают это Р.А. Борецкий и В.Л. Цвик, в отечественном телевизионном дискурсе существует деление жанров по тематическому признаку. В первую очередь обращая внимание на то, о чем идёт речь в журналистском материале, Е.Г. Ларина выделяет теленовости, телеобзор, фильм на ТВ, телесериал, телеспектакль, мультипликационный фильм, телеинтервью, телепрограмму, в том числе и научно-популярную, и т.п.

Мы согласны с В.В. Егоровым и Е.Г. Лариной и считаем, что научно-популярный жанр стоит выделять как самостоятельный на основе реализуемых функций и по тематическому содержанию телевизионного продукта. Так, в отечественной практике телевидения научно-популярным может быть интервью с беседой, эссе или очерк, и ток-шоу с программой.

А вот в зарубежной практике те программы, которые отечественные исследователи относят к научно-популярным, называют *documentary*. Вообще, например, в США, как и в нашей стране, существуют разные подходы к выделению жанров, и исследователи к самостоятельным относят от шести до десяти жанров. Так, А. Рубин (A. Rubin)⁴⁷ выделяет детское телевидение, комедию, приключение/драму, игру, фильм, новости, дневные телесериалы, спорт, беседу/интервью, музыку/варьете (эстрадный концерт). У С. В. Стэнфорд (S. W. Stanford)⁴⁸ похожая классификация, но по количеству исследователь выделяет меньше жанров и к самостоятельным относит только комедию/варьете (эстрадный концерт), детективы, новости/информационные

⁴⁷ Rubin A. An examination of Television Viewing Motivations // Communication research. 1981. P. 154.

⁴⁸ Stanford, S. W. Predicting favourite TV programme gratifications from general orientations // Communication Research, 11(4). 1984. P. 527.

программы, спорт, фильмы, драмы/мыльные оперы. В жанровую классификацию исследователей Габриэль Вайман, Ханс-Бернд Брозюс и Мэлори Уобер (Gabriel Weimann, Hans-Bernd Brosius и Mallory Wober) включены драма, кинофильмы, легкое развлечение, музыка и искусство, новости и текущие события, хобби и досуг, документальные фильмы и сенсационные материалы, религиозные, спортивные и детские программы⁴⁹. Андреа Пончева (Andrea Pountcheva) аккумулируя все исследования до 2012 года на тему жанровых особенностей американского телевидения считает, что выделять можно четыре основных жанра: новости, спорт, фильмы и драму⁵⁰. К такому мнению исследователь склоняется потому, что именно эти жанры были в каждой из вышеперечисленных классификаций. А. Пончева (A. Pountcheva) отмечает, что новости чаще всего сосредоточены на текущих событиях, политике, экономике и бизнесе, поэтому эти «категории» исследователь объединяет с жанром новостей. К жанру драмы она также относит мыльные оперы, а к жанру комедии – развлечения, предлагая называть его sitcom, то есть телевизионным развлекательным шоу⁵¹.

Исследователи Мишель Клюатр и Терри Шинн (Michel Cloitre и Terry Shinn) наряду с другими жанрами выделяют континуум жанров для научной коммуникации⁵² и перечисляют четыре главных вида в научном коммуникационном процессе. Так, по их мнению, журналистские материалы могут выходить в нескольких категориях: «В качестве специалиста в одной области», «В качестве специалиста в междисциплинарных областях», «В качестве педагога» и «И в качестве популяризатора».

⁴⁹ Weimann G., Brosius H. B, Wober M. TV Diets: Towards a Typology of TV Viewership// European Journal of Communication, 7 (4). 1992. P. 496.

⁵⁰ См.: Pountcheva A. How does the genre of a tv programme affect the uses sought and the gratifications obtained by viewers? 2012. P. 17.

⁵¹ Там же. P. 18

⁵² См.: Curtis R. Narrative Form and Normative Force: Baconian Story-Telling in Popular Science// Social Studies of Science. 1994. P. 419 – 461.

В категории «специалиста в одной области» по мнению исследователей издаются статьи в научных журналах, которые включают в себя эмпирические данные, ссылки на экспериментальную работу и упомянутую литературу и графику. Категория «специалист в междисциплинарных областях» включает в себя такие материалы, как статьи в журналах “Nature” и “Science”. Тексты, такие как главы учебников, находятся в категории «педагога», и наконец, популярные телепередачи непрофессиональных ученых как «Разрушители легенд», статьи, которые могут быть опубликованы в ежедневной общественно-политической прессе, М. Клоатр и Терри Шинн (M. Cloitre и T. Shinn) относят к категории «В качестве популяризатора».

Андреа Пончева (Andrea Pountcheva) в своём исследовании “How does the genre of a TV programme affect the uses sought and the gratifications obtained by viewers?” пишет и о жанре документальных фильмов – “documentaries”, которые отличаются от документалистики в понимании отечественных исследователей. На Западе “documentaries” или “documentary” по жанровой специфике и тематическому наполнению равен научно-популярному телевизионному продукту в России. Как отмечает А. Пончева (A. Pountcheva), основными каналами, по которому транслируются программы в жанре “documentaries” является “Discovery Channel” и “National Geographic”. Как самый популярный пример жанра documentaries исследователь приводит программу «Разрушители легенд» на канале “Discovery”: у неё есть элементы документальности и науки, кроме этого, есть элемент массовой культуры – мифы, которые делают программу еще более привлекательной для массового зрителя. Андреа Пончева (Andrea Pountcheva) отмечает общую популярность программ в жанре “documentaries” среди телезрителей. Она исследовала вкусы и предпочтения людей, смотрящих ТВ, используя два метода: онлайн вопросник, благодаря которому она получила 390 ответов из 44 стран, и три фокус-группы, в общей сложности из 11 участников с 10 стран. Одним из наиболее любопытных результатов вопросника стала популярность жанра “documentaries”: после жанра комедии (24%) по предпочтениям у

респондентов он оказался на втором месте (20%), опередив фильмы и драмы. Исследователь отмечает, удивительным стало то, что популярность этого жанра у респондентов связана с возможностью получить информацию (64% респондентов), и как бонус узнать что-то об окружающем их мире (85% респондентов).

К. Хейли (K. Haley) в своем исследовании пишет, что в 1990 годах за счет роста кабельного телевидения наблюдалось возрождение телефильмов в жанре “documentaries”⁵³. Телеканалы, такие как “Discovery Channel”, “TLC”, “A&E” и “History Channel”, по мнению Барбары Селзник (Barbara Selznick), открывают значительные возможности для “documentaries” на различные темы, в первую очередь на тему науки и истории⁵⁴. Харви Соломон (Harvey Solomon) объясняет популярность продуктов в жанре “documentaries” на исторические темы в США «аналогичным зеркальным всплеском популярности за рубежом, где международный интерес не только помогает с совместным финансированием, но и увеличивает число потенциальных тем для фильмов»⁵⁵. Фильмы в жанре “documentaries”, созданные для новых кабельных телеканалов, разительно отличались от подобных фильмов в этом жанре прошлых лет. Барбара Селзник (Barbara Selznick) отмечает, что «вместо того, чтобы сосредоточиться на политических или социальных проблемах, большинство фильмов в жанре “documentaries” попали в категорию того, что сейчас часто называют “non-fiction entertainment”»⁵⁶.

В отечественной научной литературе исследований на тему “nonfiction entertainment media” не встречается, термин “nonfiction” как обозначение общей видовой принадлежности текстов разных жанров в последнее время активно используется в литературе, где главный критерий этого вида –

⁵³ См.: Haley, K. The Documentary Climbs to New Heights// Broadcasting and Cable. 1997. P. 46.

⁵⁴ См.: Selznick B. The Complete Story: Religion and Race in Global Non-Fiction Programming. P. 7

⁵⁵ Solomon H. History Lessons. Boston. 1998. P. 6.

⁵⁶ Selznick B. The Complete Story: Religion and Race in Global Non-Fiction Programming P. 8.

документальность, фактологическая точность. Переходя из литературы в СМИ, в том числе и в аудиовизуальные, этот жанр сохранил свой ведущий признак, распространив его и на телеформат. Йанг Чинъи (Jingyi Yang) исследуя появление и развитие телеканала “Discovery Channel” в Китае согласен с тем, что канал «позиционирует себя как производитель контента в формате “nonfiction entertainment media”»⁵⁷. В переводе на русский язык это означает «развлекательная продукция, основанная на фактах и документальности»⁵⁸. Мы считаем, что этот формат коротко можно обозначить как «научно-развлекательный». Программы в этом формате служат не только для популяризации научной деятельности, информирования зрителя, создания научной картины мира и развития мышления, но и для развлечения.

Если говорить о “Discovery Channel”, то благодаря этому формату, “nonfiction entertainment”, телеканал затрагивает образовательные и информационные функции телевидения, которые традиционно выполняло общественное телевидение, выпуская материалы на такие темы как наука, природа, путешествие и здоровье. Именно эти области интересны во всем мире и телевизионные продукты на эти темы могут быть распределены по разным странам с минимальной местной адаптацией (например, переводить названия животных проще, чем уникальные для страны предметы, явления или даже блюда, при переводе которых нужно использовать не дословный перевод, а описательный). Исследователи отмечают, что для успешной работы канала в разных культурах, созданный контент в рамках этого формата не должен оскорблять кого-либо, он должен быть аполитичным, не касаться расследований и не быть ограниченным в культурной сфере. Эта стратегия

⁵⁷ Yang J. Globalization Strategies Utilized by Discovery Networks: A Case Study. 2014. P. 24.

⁵⁸ См.: Электронный словарь «Мультитран». Электронный ресурс. URL: <http://www.multitrans.ru/c/m.exe?CL=1&s=nonfiction+entertainment+media&l1=1> (дата обращения 01.03.2016)

объясняет, почему “Discovery” соединяет «развлечение» с жанром нон-фикш и программами, основанными на фактах⁵⁹.

Научно-развлекательный контент “Discovery Channel” продаваемый во всем мире, резко отличается от традиционных американских программ этой тематики, создавая новый формат, часто подражающий европейским общественно-правовым телерадиокомпаниям. Также контент канала в формате “nonfiction entertainment” меняет телевизионную эстетику во всех странах, в которых вещает канал. Кроме того, такие программы - серьезная конкуренция американскому общественно-правовому вещанию, они меняют ситуацию среди производителей научно-популярных программ в США и за границей⁶⁰.

Помимо этого, ведущий зарубежный исследователь формата “nonfiction entertainment” Эльфрида Фюрзих (Elfriede Fürsich) отмечает, что этот формат неразрывно связан с бизнес-моделью телекомпании, а не с творческими или эстетическими соображениями. «Жизнеспособность бренда “Discovery” связана с успешностью формата “nonfiction entertainment”. Стратегически этот формат расположен между расследованиями, медиакритикой и реалити-шоу, то есть между доверием и товарностью (credibility and commodification)»⁶¹.

Популярность канала “Discovery” в странах его присутствия медиа исследователи связывают не только с успешным форматом компании, но и со стратегиями, которые использует “Discovery Communications Inc.”. Для того, чтобы выделиться в конкурентной телевизионной среде в разных странах, медиакомпания использует несколько программных стратегий: канал дифференцирует себя от общих программ образовательной направленности, предлагая зрителю сочетания разных жанров; в эфир выходит только проверенная и достоверная информация, а темы для программ тщательно

⁵⁹ См.: Fürsich E. Between Credibility and Commodification Nonfiction Entertainment as a Global Media Genre //International journal of cultural studies. 2003. P. 145.

⁶⁰ См.: Там же. P. 148.

⁶¹ Там же. P. 148.

выбираются целым пулом критиков, экспертов и производителей; для съемки программ используется только современная техника, а производственный процесс программ длительностью в два-три года гарантирует высокое качество; стратегии брэндинга и маркетинга также играют только в пользу канала⁶².

Таким образом, успешность “Discovery Channel” связана с его жанровыми особенностями, форматом “nonfiction entertainment media”, который ставит во главу угла контент, основанный на фактах и документальности, и стратегиями локализации и маркетинга.

1.3 Лайф-ту-тейп как метод съемки телевизионных программ

Процесс глобализации и заимствования отечественными журналистами западных форматов и жанров приводят не только к «смещению» жанров, но и появлению новых для отечественных практиков телевидения, например, лайф-ту-тейпа («L2T» – life to tape («жизнь на пленку»)). Исследований на эту тему в России практически нет, на отечественном телевидении это явление не имеет единого понимания и мнения – жанр это или метод. Е.Ю. Агамян относит лайф-ту-тейп жанру, в то время как Л.Н. Кислая, считает, что это метод.

Сетевой «Словарь терминов журналистов» дает следующее определение life to tape: «Лайф-ту-тейп – особый вид съемки сюжета, где журналист постоянно находится в кадре и участвует в окружающих его событиях»⁶³. Е. Ю. Агамян полагает, что лайф-ту-тейп – это информационный жанр, самостоятельное драматургически выстроенное произведение. «Его задачи – разъяснить, показать, продемонстрировать происходящее. Основной метод – корреспондент в кадре, повествующий о событии. Главная отличительная особенность этого жанра от других – корреспондент на протяжении всего сюжета находится в кадре, что обусловлено не только жанровыми

⁶² Yang J. Globalization Strategies Utilized by Discovery Networks: A Case Study. 2014. P. 25.

⁶³ См.: Лайф-ту-тейп // Журдом. Словарь терминов журналистов. Электронный ресурс. URL: <http://jourdom.ru/news/8934> (дата обращения: 14.03.2016).

требованиями, но функциональными. <...> Автор выступает в роли конференсье – представляет в кадре синхронизируемых; в роли шоумена – удерживает внимание зрительской аудитории на происходящем; в роли комментатора – интерпретируя, объясняет суть происходящего и проч.»⁶⁴.

Л.Н. Кислая в своих исследованиях на тему лайф-ту-тейп не согласна с Е.Ю. Агамян и не относит его к самостоятельному жанру из-за невозможности выделить его специфическую функцию и предмет: «Сюжеты, созданные с применением этого метода, могут иметь развлекательный, познавательный, исследовательский, пропагандистский или информационный характер, и освещать конкретное событие, проблему или неизвестное явление. О том, что лайф-ту-тейп – это метод, а не оформившийся жанр, свидетельствует и тот факт, что с его использованием могут быть сняты самые различные сюжеты: репортажи, спецрепортажи, очерки и даже документальные фильмы»⁶⁵. Исследователь отмечает, что этот метод активно используется в зарубежной практике, например, в программе «Разрушители легенд» на канале Discovery. Есть примеры использования и на отечественном центральном телевидении – в фильмах и программах Леонида Парфенова, в программах «ЕХперимент» Антона Войцеховского и «Вокруг света» Михаила Кожухова.

Л.М. Кислая выделяет две определяющие черты метода лайф-ту-тейп: присутствие корреспондента в кадре и его участие в окружающих событиях. Сравнивая L2T со стендапом, исследователь отмечает, что лайф-ту-тейп не используется как связующий разные смысловые блоки сюжета в отличие от стендапа, а является ведущим, центральным методом, в котором корреспондент в кадре – главный герой. «Вокруг него выстроено все действие, он центр внимания, через него проходят все содержательные потоки. Корреспондент описывает происходящее, делится своими переживаниями,

⁶⁴ Агамян, Е. Ю. L2T как жанр современной медиасферы // Вестн. НГУ. Т. 13, вып. 6. Новосибирск. 2014. С. 45.

⁶⁵ Кислая Л. Н. Метод включенного наблюдения как прототип телевизионного лайф-ту-тейп // Вест. ЧГУ. Вып. 94. 2015. С. 220.

мыслями, сам определяет место наблюдения или съемки, отбор фактов, источников информации»⁶⁶.

Мы согласны с Л.Н. Кислой и в своей работе относим лайф-ту-тейп к методу съемки. На наш взгляд лайф-ту-тейп нельзя выделить в самостоятельный жанр, потому что для этого нет основания и недостаточно жанрообразующих признаков. Отличительная черта этого метода – обязательное присутствие ведущего в кадре, главного звена, через который осуществляется передача информации зрителю, кто является центром повествования. Но тема этого повествования может быть любой: от криминального расследования до научного исследования. Соответственно, снять передачу, применяя метод лайф-ту-тейп, можно в любом жанре.

Выводы по первой главе.

Как в российской, так и в зарубежной телевизионной практике нет единого основания для выделения жанров. Отечественные исследователи выделяют самостоятельные жанры в зависимости от способа отражения действительности, функциональных особенностей передач, их частей, тематического своеобразия и технических условий создания телевизионных продуктов или отталкиваясь от тематического признака. Ряд исследователей выделяет самостоятельный вид журналистских материалов на темы научных, медицинских, технических достижений, которые выполняют функции образования, просвещения и рекреации зрителя – научно-популярный. Также отечественные исследователи выделяют такой жанр как гиперреализм. Он подразумевает под собой использование компьютерной графики не только для того, чтобы сделать зрелищнее и ярче телевизионную «картинку», но и изобразить то, что без применения современных технологий невозможно.

За рубежом, в частности в США, как и России, единой классификации жанров телевизионных продуктов нет. Исследователи придерживаются

⁶⁶ Кислая Л. Н. Метод включенного наблюдения как прототип телевизионного лайф-ту-тейп //Вест. ЧГУ. Вып. 94. 2015. С. 222.

разных мнений и выбирают разные критерии для классификации материалов в СМИ, в том числе и телевизионных. Что касается «научно-популярного вида» телевизионного контента, то на Западе ему соответствует *documentary*. Именно к этой точке зрения склоняется большинство зарубежных исследователей, несмотря на то, что некоторые исследователи относят материалы и издания, затрагивающие темы науки, к тому типу СМИ, которое работает в «категории популяризатора»⁶⁷.

Мы согласны с тем, что отечественный научно-популярный контент по тематической наполненности материалов, форме подачи равен зарубежному “*documentary*”. Именно этот вид программ преобладает на “Discovery”, что в свою очередь определено форматом телеканала – “*nonfiction entertainment media*”. Он означает «научно-популярные развлекательные медиа». Зарубежные исследователи отмечают, что этот формат стал развиваться в 90-е годы прошлого века в связи с увеличением числа кабельных телеканалов и их популярностью у зрителей. В отечественной телевизионной практике такого формата не существует, а исследований на тему “*nonfiction entertainment media*” нет ни в одной научной работе.

Кроме этого, именно бизнес-модель, в рамках которой работает компания “Discovery Communications Inc.” и осуществляет свои стратегии продвижения в другие страны, подразумевает вышеперечисленные вид программ и их формат: “*documentary*” и “*non-fiction entertainment*”.

Кроме этого, чтобы медиакомпания и её ведущий телеканал “Discovery” были успешными и пользовались популярностью во всех странах присутствия, у компании есть стратегии маркетинга и локализации, благодаря которым с каждым годом стран, где вещает “Discovery Channel” становится больше.

Большая часть научно-популярных программ канала созданы на темы, которые не требуют дополнительных затрат при их локализации. То есть выбираются такие темы, перевод которых с английского языка на другие

⁶⁷ Curtis R. Narrative Form and Normative Force: Baconian Story-Telling in Popular Science// Social Studies of Science. 1994. P. 419 – 461.

максимально прост. Например, темы природы, животных, здоровья. Тем не менее, если компания “Discovery Communications Inc.” собирается открыть свой флагманский канал “Discovery” в других странах, специалисты обязательно изучают культурные особенности страны и при необходимости убирают из сетки вещания программы, которые не будут приняты зрителями, добавляя контент, специально произведенный для этой страны.

Таким образом, бизнес-модель компании, формат и вид программ – это три основных причины, которые способствуют популярности и успешности канала “Discovery” как в США, так и за рубежом.

ГЛАВА II. Научно-популярные программы в эфире канала “Discovery”

Вещание телеканала “Discovery” в России осуществляет ряд национальных операторов, среди которых «Билайн», «МТС», «Ростелеком», «НТВ Плюс», «Триколор ТВ» и другие⁶⁸.

Возможным это стало благодаря созданию ООО «Медиа Альянс» на базе «Национальной медиа группы», которое распространяет телеканалы портфолио “Discovery Networks” и присоединившийся к нему “Eurosport” в России в соответствии с российским законодательством – принятые поправки в закон «О СМИ» запрещают иностранцам с 2016 года владеть более 20% в учредителе любого российского СМИ.

Созданная компания «Медиа Альянс» управляет одиннадцатью телеканалами портфолио “Discovery”. «Среди них познавательные, научно-популярные и развлекательные каналы, основанные на событиях реальной жизни. В последние годы “Discovery” увеличила количество локальных версий каналов и контента в России. Флагманский телеканал “Discovery Channel”, а также “Animal Planet”, “TLC” и недавно присоединившийся к семейству “Discovery” телеканал “Eurosport” - являются лидерами в своих сегментах на российском рынке платного телевидения»⁶⁹.

Ольга Паксина, старший вице-президент и генеральный директор “Discovery Networks” в Северо-Восточной Европе, считает, что создание компании «Медиа Альянс» является «с одной стороны, ярким примером возможности усиления бизнеса “Discovery Networks” в России за счет синергии от объединения двух сильных игроков и, с другой стороны, позволяет полностью соответствовать требованиям российского

⁶⁸ См.: официальный сайт канала «Discovery». Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/shows/find-us-operators/> (Дата обращения 30.03.2016)

⁶⁹ См.: официальный сайт компании “Discovery Networks” в России. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-science-hd/news/discovery-nmg/> (дата обращения 14.03.2016)

законодательства, в частности об иностранном владении и размещении рекламы на платных каналах»⁷⁰.

В начале 2016 года телеканал “Discovery” по результатам зрительского голосования стал обладателем Национальной Премии в области многоканального цифрового телевидения «Большая Цифра»⁷¹ в номинации «Лучший документально-познавательный канал»⁷².

В эфире канала выходят программы на разные темы. Это выживание в сложных климатических условиях, инженерное дело, техника и технологии. Учитывается весь спектр научных интересов: от тайн Вселенных до сборки современных автомобилей и компьютеров. И все передачи, независимо от тематики, одинаково зрелищны, захватывающи, они просвещают зрителя, расширяя его мировоззрение. «Мы приветствуем тех, кто стремится к новым знаниям. Потому что именно они помогают нам делать открытия, большие и маленькие, а также помогают нам ощущать особенную связь с окружающим миром и испытывать самые запоминающиеся эмоции в жизни. Мы погружаемся в истории экспертов, первооткрывателей и искателей приключений, которые вдохновляют нас, воспаляют наше воображение и дают нам новые впечатления. наших зрителей по-настоящему захватывают восторг и дух приключений. Мы удовлетворяем одну из базовых потребностей

⁷⁰ См.: официальный сайт компании “Discovery Networks” в России. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-science-hd/news/discovery-nmg/> (дата обращения 14.03.2016)

⁷¹ «Большая Цифра» – первая в России Национальная Премия в области многоканального цифрового телевидения. Основная задача Премии – популяризация новых технологий, услуг и контента среди операторов и абонентов сетей многоканального цифрового ТВ. Её цели – популяризация и продвижение современных технологий, услуг и контента среди операторов и абонентов сетей многоканального цифрового ТВ; консолидация игроков рынка; определение качественных продуктов и услуг и стимулирование роста профессионального уровня компаний-участников; содействие реализации федеральной целевой программы развития телерадиовещания. В Жюри Национальной Премии входят журналисты, эксперты в области телерадиовещания, общественные деятели и представители операторов многоканального цифрового ТВ. Председатель – Анатолий Григорьевич Лысенко, президент Международной Академии Телевидения и Радио, Генеральный директор Общественного Телевидения.

⁷² См.: Официальный сайт компании “Discovery Networks”. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-new-hd/news/big-digit-2016/> (дата обращения 22.03.2016)

– жажду знаний»⁷³, – говорится на официальном сайте “Discovery Channel” в России. И это действительно так. Большая часть выходящих в эфир программ содержит массу научной информации, которая подается в формате «nonfiction entertainment», развлекаясь зритель расширяет свое мировоззрение, получает новые знания. Так же программы канала учат зрителей мыслить нестандартно, правильно себя вести в экстренных ситуациях, обогащают воображение.

На сегодняшний день в эфир канала выходит 38 программ. Среди них ярче остальных выполняют рекреативную и просветительские функции передачи «Разрушители легенд», «Наука магии», «Как это устроено» и «Как это работает».

2.1. «Разрушители легенд» и «Наука магии»: научно-развлекательный формат («nonfiction entertainment») и метод лайф-ту-тейп

Оригинальное название программы «Разрушители легенд» – “MythBusters”. До пятого сезона программа называлась «Разрушители легенд». Год создания – 2003. 14 сезон программы выйдет в эфир в июне 2016 года. Он станет завершающим – программу решено было закрыть. Однако, на момент написания данной работы в Сети появилась информация, что программа вернется на экраны телевизоров, но уже в эфире канала “Discovery Science” и с новыми ведущими. Как сообщает портал “Cnet”, сначала проект будет перезапущен в качестве реалити-шоу под названием “Search for the Next MythBusters», в рамках которого продюсеры планируют найти новых ведущих программы⁷⁴.

Эпизоды программы посвящены мифам, городским легендам, популярным трюкам из фильмов. «Разрушители» экспериментально

⁷³ См.: Официальный сайт телеканала Discovery в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/about-us/> (дата обращения 01.02.2016)

⁷⁴ См.: “MythBusters” will return to TV, first as a reality game show// портал “Cnet” <http://www.cnet.com/news/mythbusters-returns-to-tv-as-a-reality-game-show/> (Дата обращения 03.04.2016)

опровергают или подтверждают различные современные стереотипы, которые можно проверить научным способом. Всё, что проверяют ведущие «Разрушителей легенд» на истинность, мы будем для удобства называть мифом или легендой, хотя это может быть и спецэффект из популярного сериала и устоявшееся мнение по какому-либо поводу.

На первый взгляд их опыты могут показаться простым развлечением, но на самом деле ведущие, и Джейми, и Адам, следуют научной методологии, считая, измеряя скорости, мощности и просчитывая ход эксперимента, пытаясь найти пути научного решения любой проблемы. Они воспроизводят то, о чем говорится в легенде и выясняют, на сколько это соответствует реальности. Каждому мифу ведущие после проверки присваивают статус: «опровергнут», «подтвержден», «частично подтвержден».

За 14 сезонов программы в эфир вышло 248 эпизодов. Если верить официальному сайту, то ведущие разобрали 1015 мифа (548 из которых опровергли, 251 подтвердили, на счет оставшихся 216 решили, что такое может быть). Всего в рамках программы поставлено 29501 эксперимент⁷⁵.

Бессменными ведущими программы на протяжении всех сезонов являются Джейми Хайнеман и Адам Сэвидж. Их популяризаторскую деятельность ценят за рубежом. В 2007 году в качестве спикеров они были приглашены на встречу Американской ассоциации содействию развития науки и в Национальный научный фонд США, который относит программу «Разрушители легенд» к научно-популярной⁷⁶.

Адам Сэвидж – специалист по спецэффектам. Он был задействован в создании более чем 100 телевизионных роликов и десятка фильмов, среди которых всемирно известные – «Звездные Войны: Эпизод I – Скрытая Угроза»,

⁷⁵ См.: официальный сайт оригинальной программы «Разрушители легенд». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/mythbusters/about-this-show/mythbusters-by-the-numbers/> (дата обращения 03.04.2016)

⁷⁶ Yıkılğan F. The image of science in MythBusters// A thesis Submitted to the department of Communication and Design and the Institute of Economics and Social Sciences of Bilkent University. 2009. P. 2.

«Эпизод II –Атака Клонов», «Терминатор 3: Восстание Машин», «Матрица 2: Перезагрузка», «Матрица 3: Революция», выступал в качестве консультанта в исследованиях и разработках детских игрушек. Кроме работы в «Разрушителях легенд» Адам читает лекции, занимается искусством⁷⁷.

Его коллега по программе – Джейми Хайнеман. Эксперт по выживанию в безлюдной местности, водолаз, лингвист, Хайнеман также занимается аудиовизуальными эффектами, работал в компании по созданию рекламных роликов и фильмов. Помимо «Разрушителей легенд» Джейми руководит созданной им компанией по спецэффектам “M5 Industries”, сотрудничает с Управлением военно-морских исследований, армией США и несколькими университетами. У Джейми докторская степень, несколько патентов в разных областях, начиная от патентов на электромеханические устройства по сбору солнечной энергии и ультразвуковой брони⁷⁸.

Кроме Адама и Джейми, в «Разрушителях легенд» есть «младшая команда», «помощники» или «подмастерья». Это Тори Белечи (конструктор и изготовитель моделей, использующихся, в том числе, в кино), Кэри Элизабет Байрон (американская художница и телеведущая) и Грант Масару Имахара (специалист по электронике и радиотелемеханике, дистанционному управлению). Они помогают Адаму и Джейми проводить эксперименты, доказывать реальность того, что говорится в мифе, или опровергать это. Появилась «младшая команда» в программе далеко не сразу – только в третьем сезоне они начали помогать Адаму и Джейми проводить эксперименты, а потом только выделились в отдельную команду, которая проверяет легенды самостоятельно. В последних двух сезонах программы Адам Сэвидж и

⁷⁷См.: официальный сайт оригинальной программы «Разрушители легенд». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/mythbusters/bios/adam-savage/> (Дата обращения 25.03.2016)

⁷⁸ См.: официальный сайт оригинальной программы «Разрушители мифов». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/mythbusters/bios/jamie-hyneman/> (Дата обращения 25.03.2016)

Джейми Хайнеман вернулись к «истокам передачи», и вели их без соведущих в лице Тори, Гранда и Кэри, как и первые два сезона.

Таким образом, большую часть программ ведущие проверяют легенды совместно с «младшей командой». Почти в каждом выпуске они исследуют три мифа. Структура выпуска «Разрушителей легенд» включает в себя следующие части и элементы:

1. Заставка;
2. Анонс эпизодов, которые вошли в программу;
3. Представление ведущих – Адама Сэвиджа и Джейми Хайнемана – и их «помощников»;
4. Подводка к первому эпизоду: рассказывание мифа, легенды, «голливудского клише» ведущими, Адамом и Джейми в кадре. Пояснение мнения закадровым голосом;
5. Подготовка к проверке первой легенды: изготовление необходимых инструментов. Проведение эксперимента, объяснение результатов, почему так случилось (проведение части эксперимента, объяснение результатов этой части);
6. Перебивка. Заставка служит перебивкой и показывает переход от одного эксперимента к другому;
7. Анонс следующего эпизода для выхода на рекламу;
8. Подводка ко второму эпизоду: рассказывание мифа, легенды, «голливудского клише» «помощниками» в кадре. Пояснение легенды закадровым голосом. В 210 выпуске – объяснение как работает гранатомет;
9. Подготовка и проведение первого эксперимента, объяснение результатов: что случилось, почему так произошло. Анонс следующего эксперимента по этому мифу;
10. Заставка программы с названием;
11. Возвращение к первому эпизоду, напоминание того, что было раньше;

12. Проведение второй части эксперимента, объяснение результатов. Проведение третьей части эксперимента. Объяснение итогов всех трех экспериментов, которые были проведены для подтверждения или опровержения первого мифа;

13. Вынесение решения: миф это или правда. Заставка с «подтверждением», «опровержением» или «частичным подтверждением»;

14. Заставка программы с названием;

15. Возвращение ко второму мифу, напоминание того, что было раньше;

16. Проведение второй части эксперимента, объяснение результатов. Объяснение всех экспериментов;

17. Заставка с названием программы;

18. Анонс следующего мифа;

19. Подводка к третьему мифу, объяснение мифа;

20. Подготовка к проведению эксперимента;

21. Проведение третьего эксперимента, объяснение результатов;

22. Заставка с названием программы;

23. Напоминание о втором мифе, повтор того, что было. Проведение третьего эксперимента для подтверждения или опровержения мифа;

24. Заставка с программой;

25. Напоминание о третьем мифе, повтор того, что было. Подготовка к проведению третьего эксперимента для третьего мифа;

26. Заставка с названием программы;

27. Напоминание о втором мифе, краткий повтор того, что было. Проведение четвертого эксперимента, для подтверждения или опровержения второго мифа. Объяснение результатов всех экспериментов;

28. Вынесение решения: миф это или правда. Заставка с «подтверждением», «опровержением» или «частичным подтверждением»;

29. Заставка с названием программы;

30. Напоминание третьего мифа, проведение третьего эксперимента;

31. Вынесение решения: миф это или правда. Заставка с «подтверждением», «опровержением» или «частичным подтверждением»;

32. Заставка с названием программы.

Если этот подробный план обобщить, то краткая структура программы выглядит следующим образом: в каждом выпуске «Разрушители» подтверждают или опровергают три легенды, то есть в одной программе три эпизода. Сначала ведущие по очереди рассказывают две легенды и проводят по первому эксперименту. Затем ведущие рассказывают о третьей легенде и проводят первый эксперимент. После так же по очереди проводятся второй и по необходимости третий эксперимент к каждой легенде и выносится решение: «подтверждена», «опровергнута» или «частично подтверждена» легенда. Таким образом получается, что ведущие не дают сразу ответ на вопрос, интересующий зрителя: миф это или правда? Результат проведения экспериментов к первой легенде ведущие раскрывают только к середине программы. Услышав в начале программы миф, зритель не узнает, правда это или нет сразу, ему придется досмотреть программу до конца.

Йичилган Фулья (Fulya Yıkılğan) такую форму подачи информации относит к детективному роману и отмечает, что это очень выгодно для программы. «Например, в истории, которая начинается с убийства, то есть с итога, а не с его причины, известно то, что случилось, а не почему. Зрителю становится любопытно, и он хочет узнать, что произошло и почему это случилось именно так»⁷⁹, а значит, скорее всего, зритель досмотрит выпуск до конца.

Что касается тематического разнообразия в программе, то в выпусках «Разрушителей легенд» проводились эксперименты из разных областей науки: физики, химии, биологии, психологии и других.

⁷⁹ Yıkılğan F. The image of science in MythBusters// A thesis Submitted to the department of Communication and Design and the Institute of Economics and Social Sciences of Bilkent University. 2009. P. 30.

Мы проанализировали 5 сезонов программы, которые выходили в эфир с 2011 года по 2015. Это 76 выпусков и в общей сложности 193 эпизода. У нас получилось десять тем, на которые были поставлены эксперименты в эпизодах, выходящих в эфир за анализируемый промежуток времени. Стоит отметить, что какие-то темы названы образно. Например, в категорию «Голливуд» вошли те эпизоды, которые связаны с развенчанием типичных трюков и мифов из кино, сериалов и даже мультфильмов. В категорию «другие» вошли те, которые нельзя отнести ни к одной из десяти тем. Итого у нас получилось следующее соотношение тем и количества эпизодов:

«Физика» – 69 эпизодов (36%). Из них «физика взрыва» – 21.

«Голливуд» – 65 (34%)

«Прикладная наука для жизни» – 17 (9%)

«Физиология» – 6 (3%)

«Гендерная психология» – 9 (4,5%)

«Естествознание» – 5 (2,5%)

«Филология» – 3 (1,5%)

«История оружия» – 3 (1,5%)

«Химия» – 3 (1,5%)

«Акустика» – 3 (1,5%)

«Другое» – 10 (5%)

Таким образом, получается, что больше всего эпизодов за те сезоны, что мы проанализировали, посвящены физике – 36 процентов от общего количества эпизодов. Законы именно этой науки позволяют развенчивать или подтверждать мифы, легенды, слухи. Из 69 эпизодов этой категории 21 эпизод связан с физикой взрыва – той наукой, что изучает явление взрыва и его воздействие на окружающую среду. «Разрушители» не скупятся на зрелищность и с удовольствием взрывают дома, машины, самолеты, опровергая или подтверждая при этом мифы и легенды. Среди эпизодов этой категории: «Чтобы остаться в живых при подводном взрыве, нужно лечь на

воду горизонтально»⁸⁰, «Правда ли, что угловой окоп лучше защищает от взрыва, чем прямой?»⁸¹, «Может ли сильный взрыв метана в канализации подбросить люк?»⁸², «При взрыве водонагреватель может потушить пожар»⁸³.

Выбирая мифы, при проверке которых нужно что-то взорвать, «Разрушители» прибавляют зрелищности своей из без этого яркой программе, тем самым привлекая зрителей.

Кроме этого, ведущие программы, используя законы физики, проводят эксперименты и без взрывов и проверяют следующие мифы: «Может ли работать увеличенная в тысячу раз колыбель Ньютона?»⁸⁴, «Полет клином экономит птицам силы, а самолетам – топливо»⁸⁵, «Можно ли, обернувшись несколько раз пузырчатой пленкой, выжить при падении с большой высоты?»⁸⁶, «Можно ли заставить метрономы работать синхронно?»⁸⁷, «Камень, брошенный газонокосилкой, обладает такой же силой, что и пуля, выпущенная из пистолета»⁸⁸.

Девять эпизодов посвящены психологии. Ведущие пытаются развеять или подтвердить устоявшиеся мнения о различии мужчин и женщин: «Женщины лучше работают в режиме многозадачности, чем мужчины»⁸⁹, «Мужчины кидают мячи лучше, чем женщины»⁹⁰. Для этого «Разрушители» приглашают в программу добровольцев и всячески тестируют их – просят заполнить анкеты, выполнить несколько заданий, описать свои чувства после этого, дать оценку своим действиям. Зачастую команда ведущих проводит один и тот же тест на нескольких группах добровольцев для того, чтобы результаты были как можно точнее.

⁸⁰ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 170. – DVD.

⁸¹ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 191. – DVD.

⁸² Программа «Разрушители легенд». 2013. Сезон 11. Выпуск 200. – DVD.

⁸³ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 217. – DVD.

⁸⁴ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 172. – DVD.

⁸⁵ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 178. – DVD.

⁸⁶ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 187. – DVD.

⁸⁷ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 212. – DVD.

⁸⁸ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 231. – DVD.

⁸⁹ Программа «Разрушители легенд». 2013. Сезон 11. Выпуск 202. – DVD.

⁹⁰ Там же.

Кроме стереотипных гендерных различий между мужчинами и женщинами, «Разрушители» опытным путем проверили, насколько соответствует правде тот факт, что феромоны делают нас привлекательнее для противоположного пола⁹¹. Или что мужчины, материально обеспеченные и с высоким социальным статусом, внешне привлекательнее для женщин чем те, кто мало зарабатывает и не занимает высокую должность⁹².

Три мифа мы отнесли к филологии: Адам и Джейми проверяют на сколько идиомы и устоявшиеся выражения правдивы. Например, а правда ли мы очень хорошо знаем свои пять пальцев, чтобы употреблять выражение «Я знаю это, как свои пять пальцев?»⁹³.

Три мифа из проанализированных относятся к акустике. Например, Джейми и Адам исследовали, насколько звуки из фильмов соответствуют реально записанным звукам⁹⁴.

Также ведущие программы за проанализированный период проверили шесть мифов из физиологии, пять из естествознания, три на тему истории оружия, три из химии.

Отдельное внимание стоит обратить на категорию, которую мы образно называли «прикладная наука для жизни». В нее попали семнадцать устоявшихся мнений, легенд и предписаний. Все проверяемые «Разрушителями» факты, попавшие в эту категорию, имеют главную отличительную черту: они неразрывно связаны с нашей жизнью, имеют прикладной характер. При помощи различных экспериментов ведущие программы «Разрушители легенд» не раз пытались проверить легенды, распространенные среди водителей. Например, что «Пробку выгоднее объехать, чем стоять в ней»⁹⁵; «Езда на квадратных колесах может быть мягкой»⁹⁶; «Если дрифтовать, то

⁹¹ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 220. – DVD.

⁹² Там же.

⁹³ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 194. – DVD.

⁹⁴ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 165. – DVD.

⁹⁵ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 221. – DVD.

⁹⁶ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 181. – DVD.

быстрее доедешь до нужного места»⁹⁷. Особое внимание «Разрушители» обратили на безопасность вождения и при помощи экспериментов наглядно показали, что вождение в нетрезвом виде может быть опасным⁹⁸, разговор за рулем по телефону может привести к аварии⁹⁹, так же, как и вождение на каблуках или в неудобной обуви¹⁰⁰. Кроме вышеперечисленного, в эту категорию попали устоявшиеся мифы о том, что «Гигиеничнее вытирать руки бумажными салфетками, нежели сушить в электросушилке»¹⁰¹; «Вода, подогретая в микроволновке, становится «мертвой» и убивает растения»¹⁰². Проверяя на практике эти «легенды», ведущие не только расширяют и углубляют научное мировоззрение зрителя, но и пропагандируют здоровое питание, соблюдение правил дорожного движения и правил личной гигиены. «Разрушители легенд» развивают научный взгляд на повседневность, приближая зрителя к науке. Это мост между научной информацией и бытовой стороной жизни.

Наравне с категорией мифов и легенд, которые тематически мы отнести к физике, есть еще одна большая категория, которая включила в себя 65 эпизодов, это 34% от общего количества проанализированных эпизодов. Мы назвали эту категорию «Голливуд». Для сравнения, в категорию «физика» попали на четыре легенды больше – всего 69. Сериалы «Во все тяжкие»¹⁰³ и «Симсоны»¹⁰⁴, фильмы «Джейсон Борн»¹⁰⁵, «Титаник»¹⁰⁶, «Индиана Джонс»¹⁰⁷, «Пираты Карибского моря: Сундук мертвеца»¹⁰⁸ и даже «Звездные

⁹⁷ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 228. – DVD.

⁹⁸ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 184. – DVD.

⁹⁹ Там же.

¹⁰⁰ Там же.

¹⁰¹ Программа «Разрушители легенд». 2013. Сезон 11. Выпуск 199. – DVD.

¹⁰² Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 212. – DVD.

¹⁰³ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 229. – DVD.

¹⁰⁴ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 223. – DVD.

¹⁰⁵ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 161. – DVD.

¹⁰⁶ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 190. – DVD.

¹⁰⁷ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 224. – DVD.

¹⁰⁸ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 182. – DVD.

войны»¹⁰⁹ – эпизоды из этих фильмов и сериалов, а также популярных видеоигр и мультфильмов, стали темой для экспериментов и тщательного изучения «Разрушителями». От пристальных взглядов не укрылись самые распространенные легенды, трюки и мифы, которые повторяются из фильма в фильм.

В одном из интервью ведущий научный сотрудник Института гидродинамики СО РАН, доктор технических наук, профессор Новосибирского государственного университета Евгений Иванович Пальчиков отметил, что сила воздействия на психику кино и телевидения очень высока, при чем человек подвергается этой силе практически ежедневно, но при этом режиссерам фильмов неважно, соответствуют ли реальности показываемые действия. «Особенно это касается взрывов, высоких и низких температур, электрических разрядов, – говорит Е.И. Пальчиков. – Главное, захватить внимание зрителя. Ложные знания, которые мы получаем при просмотре фильмов и передач, могут привести к неадекватной реакции в критической ситуации. Например, когда при взрыве человек перелетает через автомобиль, а на нем не помятый галстук и пиджак, это очень далеко от истины. Такие кинозарисовки создают базу знаний, которой человек верит больше, чем рассказам школьных учителей. Это пропаганда псевдонауки, которая тиражируется и воздействует на психику»¹¹⁰. Не согласиться с профессором сложно: редкий боевик со взрывами обходится без эпизода, в котором героя взрывной волной откидывает на большое расстояние, и он не только не погибает, а остается без сильных повреждений. Этот спецэффект, неоднократно повторенный в разных фильмах, может привести зрителя к мнению, что это действительно так – взрывная волна не покалечит человека, а станет для него силой, отталкивающей от эпицентра взрыва на безопасное расстояние.

¹⁰⁹ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 208. – DVD.

¹¹⁰ Аршинова А. «Профессор Евгений Пальчиков о популяризации науки» //«Компьютерра» Электронный ресурс. URL: <http://old.computerra.ru/interactive/697108/> (дата обращения 11.04.2016)

Еще один спецэффект, который тиражируется в фильмах и сериалах – «типичный» способ перебраться через глубокий обрыв, убегая от преследователей, который часто встречается в приключенческих фильмах: при помощи веревки с крюком на конце можно зацепиться за скалу или дерево, и на веревке перепрыгнуть обрыв, как в фильмах «Индиана Джонс»¹¹¹ и «Пираты Карибского моря: сундук мертвеца»¹¹². А на самом ли деле всё так легко и просто? И веревка не порвется, и крюк выдержит? Ответ на этот вопрос знают «Разрушители легенд».

Воссоздавая подобные эпизоды, «Разрушители» проверяют, на сколько они соответствуют действительности, предостерегая зрителя от попытки повторять киношные трюки в реальности.

Попытки «растворить» тело в кислоте из сериала «Во все тяжкие»¹¹³ или взорвать дом за тридцать секунд при помощи журнала и тостера как в «Борне»¹¹⁴, возможность удержаться на падающем вниз подвесном мосту¹¹⁵, стреляющий во время падения пистолет и убивающий «плохих парней»¹¹⁶, «бесконечные» автоматные очереди в перестрелках в боевиках и ковбойский фильмах¹¹⁷ – от взгляда ведущих программы «Разрушители легенд» и их помощников не укрылись самые яркие моменты популярных фильмов и сериалов.

Примечателен тот факт, что ведущие программы не просто говорят об эпизоде, который собираются проверять на достоверность, но и показывают его. Тем самым они напоминают зрителю о популярном трюке или спецэффекте, который будет выступать в программе «Разрушители легенд» в качестве легенды для проверки, и знакомят с эпизодом тех, кто не видел фильма или сериала, о котором идет речь. Кроме этого, «Разрушители» при

¹¹¹ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 224. – DVD.

¹¹² Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 182. – DVD.

¹¹³ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 229. – DVD.

¹¹⁴ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 161. – DVD.

¹¹⁵ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 192. – DVD.

¹¹⁶ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 189. – DVD.

¹¹⁷ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 229. – DVD.

работе с эпизодами из кино приглашают в гости актеров, авторов сценария или режиссеров этих фильмов. Актёры Сет Роген, Аарон Пол и София Буш, создатель сериала «Во все тяжкие» Винс Гиллиган смогли наглядно убедиться, где в картинах с их непосредственным участием вымысел, а где реальность, приняв участие в съемках эпизодов программы. Так, при проверке культового «Титаника» ведущие пригласили принять участие в выпуске программы режиссёра этого фильма Джеймса Кэмерона. После того, финал фильма подвергся проверке «Разрушителей» и оказалось, что на куске деревянной обшивки после крушения парохода могли поместиться оба героя и с его помощью выжить. О чем ведущие программы и сообщили режиссеру, упрекнув его в гибели главного героя.

Адам: - Джеймс, у нас есть хорошие новости и плохие.

Джейм Кэмерон: - Давайте плохие.

Адам: - Хорошо.

Джейми: - Хорошая в том, что в фильме показана правда на счет переохлаждения тел. Джек утонул бы, а Роуз могла продержаться до спасения.

Адам: - Плохая новость. В ходе эксперимента мы установили, что они оба могли выжить.

Джеймс: - Правда?

Джейми: - Есть пара причин. Во-первых, мы смогли привязать спасательный жилет Роуз к доске и обеспечить большую плавучесть.

Адам: - И мы не находились в воде. Основная масса тела была на воздухе. Таким образом мы можем сказать, что это правдоподобно: Джек и Роуз могли выжить.

Джеймс: - Вы, ребята, кое-что упускаете. По сценарию Джек ДОЛЖЕН был умереть. И он умирает. Так что, может быть, доска должна быть чуть поменьше, чтобы парень всё-таки утонул.

Адам: - С этим не могу поспорить.

*Джейми: - Да.*¹¹⁸

Несмотря на то, что ведущие программы доказали режиссеру правдоподобность мнения о выживании двух главных героев, а не только Роуз, Джеймс Кэмерон с ними не согласился: кульминация фильма заключается в гибели Джека.

Также ведущие «Разрушителей легенд» не упустили из виду популярные ролики из Интернета, герои которых «ходят» по воде¹¹⁹, экспериментируют с «ментосом» и «кока-колой»¹²⁰ и утверждают, что это не монтаж. Джейми, Адам и их помощники проверили, так ли это на самом деле.

В одном из эпизодов программы ведущие проверяли на правдоподобность ролик из Интернета, который показывает, как парень, обмотанный пузырчатой пленкой, падает с третьего этажа и при этом не травмируется. При проведении экспериментов Адам объяснил зрителям, зачем они проверяют видео из Интернета: *«Я был бы как никто счастлив, если бы выяснилось, что Интернет – достоверный источник информации. Но увы, это не так. Это информационное минное поле, где есть много хорошего, но и полно ерунды. А это как раз из разряда чуши.»*¹²¹

Трюки из популярных рекламных роликов также подверглись тщательной проверке от ведущих программы.

Не укрылись от «Разрушителей» и видеоигры. Причём ведущие не просто проверили реальность некоторых игровых приемов, но и выяснили, помогают ли видеоигры в самообучении, если в играх задействованы реальные навыки. Например, будет ли человек по-настоящему лучше играть в теннис, если до этого он играл при помощи симуляторов. Для проверки этой легенды Адам брал уроки гольфа у тренера, а Джейми тренировался при помощи видеоигры. Вердикт этой легенде ведущие вынесли однозначный: «Миф разрушен»:

¹¹⁸ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 190. – DVD.

¹¹⁹ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 162. – DVD.

¹²⁰ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 229. – DVD.

¹²¹ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 187. – DVD.

Адам: - Ну что скажешь, игрок? По-твоему, мы ответили на вопрос, могут ли видеоигры улучшить навык реальных игр?

Джейми: - Думаю, ответили.

Адам: - Какой вердикт?

Джейми: - Думаю, нет.

Адам: - Прямой ответ – нет. Сыграем еще партию реального гольфа?

Джейми: - Конечно, идёт!¹²²

Таким образом, тщательно проанализировав выпуски программ, мы пришли к выводу, что темы, на которые легенды, мифы, трюки, слухи и устоявшиеся мнения, попадают для проверки в программу «Разрушители легенд» соответствуют формату «nonfiction entertainment» и не выходят за его рамки. Контент программы не касается политики ни в каком её проявлении, не относится к криминалистическим расследованиям. Он не затрагивает чужих чувств – не верующих, ни сексуальных или национальных меньшинств, ни кого-либо еще. Что касается культурного ограничения, о котором пишет Эльфрида Фюрзих как об одной из главных черт для тематики формата «nonfiction entertainment», то выпуски программы «Разрушители легенд» культурно не ограничены. Они касаются массовой культуры (фильмов, сериалов, видеоигр), всем известных фактов (вождение в нетрезвом состоянии может привести к аварии, руки гигиеничнее вытирать салфетками, а не сушить их в электросушилке), и тех мифов и легенд, которые могут быть не знакомы широкому кругу зрителей. Тем не менее, большая часть эпизодов программы тематически адаптирована к повседневной жизни зрителей и касается их интересов и опыта, а не является чем-то далеким для них.

«Разрушители» проверяют, на сколько сильным будет удар тока, если в ванну с водой упадет работающий фен¹²³ – может ли это привести к смерти человека или нет; на сколько реален миф о том, что бытовой пылесос может

¹²² Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 234. – DVD.

¹²³ Программа «Разрушители легенд». 2004. Сезон 2. Выпуск 19. – DVD.

взорваться¹²⁴; всё ли белое мясо похоже на курицу¹²⁵; может ли защитный крем от солнца обжечь кожу¹²⁶; правда ли, что при землетрясении безопаснее всего стоять в дверном проеме¹²⁷.

Есть эпизоды, посвященные клейкой ленте – скотчу. Ведущие программы пытаются выжить на острове только с помощью этого известного всем предмета и показывают зрителям, как можно из соленой воды при помощи скотча сделать пресную, соорудить домик, который укроет от дождя и т.п.¹²⁸. А есть эпизоды, в которых «Разрушители» проверяют всю силу и способности суперклея, показывая зрителям, в каких случаях клей может стать идеальным решением каких-то бытовых проблем, а в каких его лучше не использовать¹²⁹. Большинство зрителей может найти в выпусках программы «Разрушители легенд» что-то касающееся их интересов и их жизни. И несмотря на то, что на официальном сайте “Discovery Channel” аудитория канала обозначена как мужчины в возрасте от 24 до 49 лет, мы убеждены, что программа «Разрушители легенд» будет интересна как мужчинам, так и женщинам, независимо от их возраста.

Фулья Йичилган ссылаясь на Джона Фиске (John Fiske)¹³⁰ считает, что именно адаптация контента к повседневной жизни является одной из основных причин, по которой люди могут смотреть это шоу. Исследователь отмечает, «что если нет связи между тем, что видит зритель на экране и повседневной жизнью, то зрители не будут замотивированы смотреть программу и будут получать меньше удовольствия от просмотра»¹³¹. Согласно

¹²⁴ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 217. – DVD.

¹²⁵ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 196. – DVD.

¹²⁶ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 217. – DVD.

¹²⁷ Программа «Разрушители легенд». 2013. Сезон 11. Выпуск 199. – DVD.

¹²⁸ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 179. – DVD.

¹²⁹ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 184 – DVD.

¹³⁰ См.: Yıkılğan F. The image of science in MythBusters// A thesis Submitted to the department of Communication and Design and the Institute of Economics and Social Sciences of Bilkent University. 2009. P. 34.

¹³¹ Yıkılğan F. The image of science in MythBusters// A thesis Submitted to the department of Communication and Design and the Institute of Economics and Social Sciences of Bilkent University. 2009. P. 34.

теории обучения Брюс Левенштейн (Bruce Lewenstein), утверждает Фулья Йичилган (Fulya Yikilgan), такая ситуация, когда люди смотрят и читают то, что имеет отношение к их жизни, стандартна и доказано, что люди лучше запоминают те факты и теории, которые имеют отношения к их жизни¹³².

То, что выбранные для проверки ведущими легенды, эпизоды из фильмов и мифы вызывают интерес зрителей и имеют к их повседневной жизни отношение, доказывает тот факт, что ведущие нередко проверяют мифы и легенды, о которых узнают из писем зрителей. Съёмочная группа программы «Разрушители легенд» активно поддерживает связь со своими фанатами. Им часто приходят сообщения о том, что зрители не согласны с результатами экспериментов или предложения об альтернативных путях проверки этих мифов. Так, в одном из выпусков Адам даже озвучивает количество писем, пришедших на электронную почту – это 20 тысяч писем¹³³. Не говоря о традиционных письмах – ими в этом же эпизоде оказывается завалена вся комната:

Джейми: - Это ещё что?

Адам: - Это наше незаконченное дело. Всё это письма от фанатов, которые просят, чтобы мы либо перепроверили сюжеты, с выводами в которых мы, по их мнению, ошиблись, либо нашли новый подход к старым историям.

Джейми: - Здесь есть что-то стоящее?

*Адам: - Вообще-то здесь очень много отличного материала.*¹³⁴

Так ведущие перепроверяли сюжет о ручной гранате, которая не взорвется, если ее держать в руках¹³⁵; сюжет о машине-шпионе¹³⁶ и миф о шипах, разрывающих шины¹³⁷. Так же «Разрушители» выясняли,

¹³² См.: Lewenstein B. V. Models of public communication of science and technology// Public Understanding of Science. 2003. P. 1-11.

¹³³ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 234 – DVD.

¹³⁴ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 234 – DVD.

¹³⁵ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 235. – DVD.

¹³⁶ Там же.

¹³⁷ Там же.

действительно ли из автоматически перезаряжающихся пистолетов можно стрелять также быстро, как и в кино? Примечательно, что выпуск в стиле «незаконченного дела» есть в каждом сезоне: ведущие программы с удовольствием перепроверяют мифы, в адрес которых пришло больше всего писем и возражений, даже если со времени выхода в эфир этого мифа прошло больше 10 лет.

Рассказывая зрителям о том, что такое сила притяжения, перегрузка в несколько g, как масса влияет на скорость и т.п., Джейми, Адам и их команда в доступной форме рассказывают, а главное показывают, законы физики в действии. В игровой форме, проводя порой даже несурзные эксперименты для подтверждения или опровержения гипотезы, ведущие постоянно шутят, в том числе и друг над другом, смеются, дурачатся. Во всех выпусках наука идет рука об руку с развлечением зрителя, что делает программу интереснее.

Несомненно, этому способствует постоянное нахождение в кадре ведущих, как Адама с Джейми, так и их помощников.

Йичилган Фулья (Fulya Yıkılğan) со ссылкой на Массимиано Буччи (Massimiano Bucchi)¹³⁸ пишет, что научным фактам нужен перевод из «узкоспециализированного» в «популярное», и с этим могут справиться популяризаторы и научные журналисты. Роджер Сильверстоун (Roger Silverstone) выделяет несколько типов изображения ученого на телевидении: «мыслитель», «технический специалист», «рабочий», «демонстрант» и «переводчик». «Ведущие «Разрушителей легенд» находятся всё время в кадре и главным образом выполняют роли «технического специалиста», «рабочего» или «демонстранта» в течении примерно 15-минутного процесса исследования мифа. Они избегают долгих интерпретаций мифов и экспериментов, чтобы выпуски программы были динамичными»¹³⁹. То есть

¹³⁸ Yıkılğan F. The image of science in MythBusters// A thesis Submitted to the department of Communication and Design and the Institute of Economics and Social Sciences of Bilkent University. 2009. P. 43.

¹³⁹ См.: Silverstone R. Narrative Strategies in Television Science. 1987. P. 291 – 330.

применяя метод съемки «лайф-ту-тейп» Адам, Джейми и их «младшая команда», находясь всё время в кадре, осуществляют весь процесс проведения экспериментов – от подготовки и создания необходимого реквизита и оборудования, до непосредственного проведения исследования. Ведущие, как основные, так и «младшая команда», сами паяют, шьют, плетут, собирают манекены и необходимые установки с приспособлениями, тщательно всё измеряют, готовят полигоны и площадки для проведения опытов. В том случае, когда проверка мифа является безопасной для участвующего в ней человека, ведущие обязательно проверяют всё на себе. Они водят легковые машины и большегрузы, пытаются ходить по воде на собственноручно сконструированной специальной обуви, падают с большой высоты в пузырчатой пленке, специально не моют руки, едят индейку на ужин, чтобы доказать, что она вызывает усталость, часто стреляют, еще чаще конструируют взрывные устройства и что-то взрывают. Присутствие в кадре ведущих позволяет показать зрителю весь процесс проведения эксперимента – от идеи до его воплощения в жизнь, а также все сложности, которые могут возникнуть во время подготовки к эксперименту. Ведущие программы не просто строят, конструируют, собирают или создают что-то в эфире, они поясняют свои действия. Ведущие не только описывают, что конкретно в процессе подготовки к проверке легенды они делают, а рассказывают зрителю, для чего они это делают, почему выбирают именно эти инструменты и материалы, на что это повлияет и как именно они хотят провести эксперимент. В том случае, если действия ведущих поясняет голос за кадром, в кадре мы всё равно видим ведущего, который что-то мастерит или проводит эксперимент. Так в 235 выпуске 2015 года, ведущие проверяют и перепроверяют мифы, связанные с акулами. Для того, чтобы перепроверить эпизод из фильма, в котором герой убивает акулу выстрелом в баллон с воздухом, зажатый в её пасти, они конструируют максимально реалистичные макет акулы. Прежде чем к этому приступить, Адам консультируется со специалистом по акулам

университета. Поэтому для создания макета Джейми использует материалы, которые лучше всего для этого подходят:

Джейми: - Это полипропилен. По сути, из того же материала делают баки для бензина. Мы сделаем из него каркас и челюсти. Он гибкий, похож на жёсткий хрящ. То, что нужно! И его легко сверлить и резать.¹⁴⁰

Так как в этом мифе пищевод акулы играет ключевую роль, на выбор материалов для его создания ведущие обратили больше всего внимания.

Джейми: Чтобы его воссоздать, мы решили взять бычью кожу. Вот эту. Она прочная и грубая, как внутренности акулы, которую Адаму показывал доктор Маккоски. Сошьем, и будет то, что доктор прописал¹⁴¹.

Во время эксперимента ведущие часто поясняют то, что могло укрыться от зрителя, акцентируют внимание на важных для проверки легенды деталях. Они обязательно поясняют результат – почему это случилось так, а не иначе, что повлияло на такой исход эксперимента. Когда результат не очевиден, ведущие дают более подробное объяснение, «разрушен» миф, «подтвержден» или «подтвержден частично», по сравнению с тем, когда результат сразу понятен.

Адам, Джейми и их «младшая команда» никогда не скупятся на эмоции и всегда высказывают своё мнение по поводу проведенных экспериментов. Их эмоциональные возгласы, крики одобрения, переживание за исход эксперимента или за манекена Бастера, который служит для экспериментов вместо человека, делают выпуски программы ярче, добавляют развлекательную составляющую и позволяют зрителю лучше понять ощущения ведущих, которые принимали участие в эксперименте лично, а не следили за ними со стороны. Поэтому в программе редко, но появляются даже нецензурные выражения – ни показывают максимальный эмоциональный накал ведущих. Например, в 218 выпуске в одном из эпизодов Адам и Джейми проверяют рекламный ролик, в котором человек с большой высоты на

¹⁴⁰ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 235 – DVD.

¹⁴¹ Программа «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 234 – DVD.

тарзанке прыгает в бочку с водой и яблоками и достает оттуда яблоко. Внимательные зрители программы знают, что Джейми Хайнеман очень сильно боится высоты. Об этом ведущий программы не раз заявляет в программе:

Адам: Если говорить наугад, то Джейми в корзинке скорее всего жалуется на высоту. Он её не любит.

Джейми (находится на высоте 30 метров): - О, чёрт. Ненавижу высоту. Это ужасно¹⁴².

Так как для подтверждения или опровержения правдоподобности этого рекламного ролика ведущим приходилось прыгать с тарзанки за яблоками в бассейн не один раз, эмоций у Адама, а особенно у Джейми, который боится высоты, много:

*Джейми: - Это вообще самая *** вещь, которую я делал. Ты вниз головой ускоряешься как * и это просто *.*

*Адам: Черт, еще один гребанный раз *. Да, вам придется записать это, потому что это правда *!¹⁴³*

И иногда, как мы видим из диалога, эмоции проявляются в виде выражений, которые не проходят цензуру. На их месте раздается пиканье, а поверх ртов Адама и Джейми появляются картинки, которые не позволяют зрителям читать по губам те нецензурные выражения, которые вырываются у ведущих программы.

Также, кроме эмоциональности, этому способствует и амплуа главных ведущих – Джейми и Адама. Разные по характеру, манере общения и внешности, они гармонично дополняют друг друга.

Джейми обладает колоритной внешностью – густые рыжие усы, черный берет, безупречно белая рубашка, которая остается таковой на протяжении всего выпуска программы, иногда кожаная коричневая жилетка поверх рубашки. Серьезная, основанная на логике манера поведения Хайнемана контрастирует с веселостью и легкостью Адама Сэвиджа, который порой ради

¹⁴² Программа «Разрушители легенд». 2014г. Сезон 12. Выпуск 218– DVD.

¹⁴³ Программа «Разрушители легенд». 2014г. Сезон 12. Выпуск 218– DVD.

смеха готов на безумные эксперименты, и даже при проверки не самых странных мифов Адам любит позабавиться, в отличие от всегда серьезного Джейми.

Например, в 214 выпуске программы «Разрушители» проверяют, что будет если согнуть ствол ружья. Оно выстрелит с измененной траекторией? Диалог, который предшествует подготовке эксперимента и его проведению показывает всю сдержанность Джейми и веселый нрав Адама:

Адам: - Начнем с гнутого ствола.

Джейми: - Тебе придется объяснить мне, что это такое.

Адам: - Ты сто раз видел эту сцену в мультфильмах. Один герой хватает ствол ружья, который держит другой и сгибает его. И при этом из ружья стреляют.

Джейми: - Например, за угол, да?

Адам: - Если получится, то да.

Джейми (серьезно, не улыбаясь): - Забавно. Какой у нас план?

Адам: - Попробую объяснить. Смотри: возьмем оружие, снимем ствол... (улыбается)

Джейми(серьезно): - И?

Адам(улыбается): - Приготовься! (пауза) Согнем его! Йюхууу! (машет ружьем и руками от радости) Как же я люблю такие задачки! Ничего лучше нет! (смеется)

Джейми (серьезно, после паузы): - гений.

Адам – спасибо!¹⁴⁴.

Основательность и желание сделать всё гораздо проще Джейми дополняет несерьезность Адама. Благодаря разным характерам, ведущие программы часто обладают разными точками зрения на мифы, что обеспечивает разные подходы к их проверке.

¹⁴⁴ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 218 – DVD.

Юмор и шутки – одна из отличительных черт программы. Ведущие часто подтрунивают друг на другом. Так в одном из эпизодов 235 выпуска, в котором команда «Разрушителей мифов» проверяет, на сколько видеоигры, в которых нужно применять реальные навыки, улучшают эти навыки, в итоговом эксперименте Джейми проигрывает Адаму. Чтобы этого не допустить, Джейми начинает «саботировать» и отвлекать шутками Адама:

Джейми: Адам, я уже делал комплемент твоим носкам?

Адам (пытается клюшкой ударить по мячу, отвлекается): - Джейми, пожалуйста, заткнись. Ты издеваешься?

Джейми: - Очень красивые носки.

Адам: - Это не..., ну ладно!¹⁴⁵

В ответ Джейми часто становится объектом шуток Адама из-за своей боязни высоты или возраста и серьезности:

Адам: - Жар против холода. Расстояние в 20 метров. Или как говорили в прошлом, когда Джейми еще сражался на дуэлях, дуэль на 10 шагах¹⁴⁶.

В ответ Хайнеман злорадствует, когда Сэвиджа получает травмы или ожоги, например, когда у него сгорают бровь и часть волос во время одного из экспериментов.

Харизма всех ведущих программы «Разрушители легенд» добавляет передаче только плюсы: всегда приятнее смотреть программы с интересными, открытыми ведущими, которые могут хорошо пошутить, чем с теми, кто занудно комментирует происходящее и не обладает природным обаянием.

Как мы выяснили, ведущие программы сами осуществляют техническую подготовку для проведения эксперимента по проверке легенды, проводят исследование и поясняют весь процесс и результаты, объясняя, что привело к такому итогу. Для того, чтобы некоторые сложные для понимания зрителя явления было легче объяснить, ведущие используют рисунки. Для этого у них есть даже специальная «тетрадка» (См. Приложение №1, стр.97) –

¹⁴⁵ «Разрушители легенд». 2015. Сезон 13. Выпуск 235 – DVD.

¹⁴⁶ «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 180 – DVD.

компьютерный элемент программы, к которому ведущие обращаются в сложных ситуациях. «Тетрадка» раскрывается, и зритель может видеть нарисованное в ней устройство гранаты с поэтапным объяснением её работы; или бутылку шампанского которую активно потрясли, прежде чем открыть, с изображением газов в ней и их силой с направленностью. Благодаря такому способу, ведущие упрощают процесс объяснения разных явлений, способ их работы и взаимодействия с другими предметами. Особенно необходимо объяснение при помощи схематического рисунка в случае, когда нужно посмотреть устройство предметов, их внутренние элементы и молекулярный состав. И показать, как работает то, что увидеть невооруженным глазом крайне сложно, а порой и невозможно совсем: сила тяжести, сила трения, ускорение свободного падения и т.п. При помощи «тетрадки» и рисунков, ведущие доступно и просто объяснили, как различаются в строении молекулярной кристаллической решетки разные виды стекол¹⁴⁷. Или как действует на предметы и вещества сила тяжести или высокая скорость; какие противодействующие силы на своём пути встречает пуля¹⁴⁸.

Программа «Разрушители легенд» отличается качественной картинкой. Для съемки передачи используется самая современная техника. Тепловизорные камеры, позволяющие, например, увидеть где машина перегревается; узнать, выделяется ли тепло при выстреле; становится ли леска спиннинга горячей, если проглотившая крючок рыбка стремительно уплывает¹⁴⁹ (См. Приложение №2, стр. 98). Камеры, способные снимать под водой без потери качества, а также высокоскоростные камеры, благодаря которым зрители могут увидеть, как капли воды вибрируют от воздействия громкой музыки; пуля проходит насквозь; а на асфальте появляются вмятины от тяжелого предмета, упавшего с большой высоты. Кроме этого, для создания

¹⁴⁷ Программа «Разрушители легенд». 2014. Сезон 12. Выпуск 210. – DVD.

¹⁴⁸ Программа «Разрушители легенд». 2012. Сезон 10. Выпуск 186. – DVD.

¹⁴⁹ Программа «Разрушители легенд». 2011. Сезон 9. Выпуск 168. – DVD.

программы применяются квадрокоптеры, а съемки экспериментов всегда осуществляются с разных точек.

Таким образом, программа «Разрушители легенд» не выходит за рамки формата “nonfiction entertainment” – фактологическая точность, научность экспериментов и наравне с этим развлекательная составляющая служат подтверждением. Эпизоды в программе адаптированы под нашу повседневную жизнь, они аполитичны, не ограничены культурно и не могут кого-то оскорбить, потому что ведущие не выбирают для проверки мифы религиозного характера, национальные поверья и т.п., что также соответствует формату. Метод съемки «лайф-ту-тейп» добавляет программе элементы развлечения, благодаря диалогам постоянно находящихся в кадре ведущих, их шуткам и природному обаянию. Но основная роль этого метода состоит в том, чтобы наглядно показать зрителям весь процесс проверки легенды на достоверность – от технической подготовки и изготовления необходимых инструментов до итоговых результатов проверки, то есть, то, что осуществляют ведущие самостоятельно, в редких случаях прибегая к помощи посторонних специалистов. А современные технические средства позволяют запечатлеть и показать зрителю даже то, что недоступно невооруженному глазу.

Такие же методы съемки, подачи информации и формат мы можем наблюдать в программе «Наука магии» которая также выходит в эфир на канале “Discovery”.

Оригинальное название этой программы – “Breaking Magic”¹⁵⁰. Четыре всемирно известных иллюзиониста отправились в турне в Варшаву, Лондон и Нью-Йорк, чтобы показывать на улицах этих городов ничего не подозревающим прохожим свои трюки, фокусы и иллюзии, тем самым удивлять и по-хорошему шокировать обывателей. После каждого фокуса идет подробное объяснение – как получился этот фокус.

¹⁵⁰ См.: Официальный сайт программы «Наука магии». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/> (дата обращения 01.02.2016)

«Мы отправляемся в мировое турне с самыми современными иллюзионистами, которые преобразуют чистую науку в умопомрачительные магические трюки. Готовьтесь узнать химию, физику и биологию, приводящие самые большие иллюзии в мире в действие» – такой анонс сделали авторы перед появлением второго сезона программы¹⁵¹. Действительно, каждый трюк или фокус, выполненный ведущими-иллюзионистами в основе содержит научную теорию, закон или особенности химического и физического свойств предметов. Изредка в программе можно встретить эпизоды с карточными трюками или иллюзии, которые не основаны на науке. Как правило, показавший их иллюзионист не раскрывает секрета фокуса, так как этот фокус является авторским, а порой даже и визитной карточкой ведущего.

Ведущие: Бен Ханлин, Билли Кид, Нэйт Стенифорт, Уэйн Хучин, Джеймс Галеа.

Джеймс Галеа – всемирно известный иллюзионист, начал увлекаться фокусами в 14 лет. На его счету множество престижных наград, которые подтверждают высочайшее мастерство Джеймса как иллюзиониста и фокусника. Профессионального образования не имеет, самоучка¹⁵².

Его коллега Бен Ханлин так же работает в жанре «иллюзии на близком расстоянии», за свои выступления не раз был премирован. Состоит в организации профессиональных иллюзионистов и фокусников «Магический круг»¹⁵³.

Билли Кид имеет классическое образование, играет на музыкальных инструментах – фортепиано, саксофоне и скрипке. В 18 лет она поступила в одну из лучших театральных школ Канады, позже работала хореографом и

¹⁵¹ См.: Официальный сайт телеканала “Discovery”. Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/about-the-show/about-the-show/> (дата обращения 01.02.2016)

¹⁵² См.: Официальный сайт телеканала “Discovery”. Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/bios/james-galea/> (дата обращения 01.02.2016)

¹⁵³ См.: Официальный сайт телеканала “Discovery”. Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/bios/ben-hanlin/> (дата обращения 01.02.2016)

дирижером музыкального ансамбля, играющего на флейтах. Выдающийся талант фокусника сильнее раскрылся благодаря наставничеству всемирно известного фокусника Гаццо¹⁵⁴.

Уэйн Хучин с детства увлекался музыкой и искусством, играл на фортепьяно и принимал участие в концертных выступлениях, мечтал стать иллюзионистом. Его мечта исполнилась, он стал известным иллюзионистом, его шоу вызывали восторг в более чем 20 странах мира. В 1999 году Уэйн стал знаменитым, показав впечатляющий трюк с освобождением из смиренной рубашки на высоте 15 метров над перекрестком, где стояли тысячи людей – и все это в возрасте 16 лет¹⁵⁵.

Нэйл Стэнифорт – еще один из ведущих программы «Наука магии». Окончил Университет Айовы, где изучал историю и религию. Гастролирует по колледжам, университетам, театрам, благодаря чему получил премию «Лучший артист малых площадок» от журнала “Campus Activities Magazine”. В путешествии по юго-восточной Азии и Индии, знакомясь с магическими традициями других народов. Выступал на конференции TED Talk¹⁵⁶.

Таким образом, все ведущие программы «Наука магии» не имеют академического образования в естественных науках, зато обладают огромным опытом в области иллюзий, фокусов и публичных выступлений, что помогает им быть не только отличными иллюзионистами, но и хорошими ведущими научно-популярной программы.

Появилась программа «Наука магии» на канале “Discovery” в ноябре 2012 года, с тех пор в эфир вышло два сезона. Затем съемку программы прекратили, причину этого нам узнать не удалось¹⁵⁷.

¹⁵⁴ См.: Официальный сайт телеканала “Discovery”. в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/magic/magic-of-science/> (дата обращения 01.02.2016)

¹⁵⁵ Там же

¹⁵⁶ См.: Официальный сайт телеканала “Discovery”. в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/magic/magic-of-science/> (дата обращения 01.02.2016)

¹⁵⁷ Из корпоративных документов, любезно предоставленных автору настоящей работы Екатериной Снаткиной, менеджером по маркетингу “Discovery Channel Russia”

Одна серия программы длится в среднем 20-23 минуты, в каждой по 4-5 эпизода.

Структура передачи выглядит следующим образом:

1. Заставка программы;
2. Анонс эпизодов;
3. Представление ведущих;
4. Первый эпизод – показ фокуса;
5. Объяснение «секрета» этого фокуса;
6. Второй эпизод – показ фокуса;
7. Объяснение «секрета» этого фокуса;
8. Третий эпизод – показ фокуса;
9. Объяснение «секрета» этого фокуса;
10. Четвертый эпизод – показ фокуса;

По сравнению с передачей «Разрушители легенд» в «Науке магии» нет «детективной» формы повествования. В программе демонстрация фокуса сменяется рассказом о его «секрете», ведущий раскрывает главную причину успешности фокуса сразу после его проведения. Интрига создается в процессе представления, при чем не только у тех, кому непосредственно показывают фокус, но и у зрителя. Ошеломляющие фокусы, как правило, оканчиваются одинаковой реакцией очевидцев. «Это не укладывается в моей голове», «Я такого в жизни не видел», «Не верю своим глазам», «Быть такого не может» – именно эти фразы чаще всего произносят участники и зрители представлений.

В первом сезоне в 9 выпусках всего 39 сюжетов. Из них в 21 эпизоде показаны фокусы, для реализации которых иллюзионисты прибегли к законам физики. Силы притяжения и подъемная сила¹⁵⁸, особые свойства магнитов¹⁵⁹,

¹⁵⁸ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 9. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TIGfbmPBZ48&list=PLUwDTKG04Uv00FdNSI5hb4gbZ1aRzh8Oi&index=7> (дата обращения 13.04.2016)

¹⁵⁹ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 1. Электронный ресурс. URL: <http://zserials.tv/dokumentalnye/science-magic.php> (дата обращения 13.04.2016)

давление воздуха, которое может «раздавить» цистерну¹⁶⁰, кавитация и закон Бернулли, физические свойства нитинола¹⁶¹ в сочетании с ловкостью рук и эффектной подачей дают поразительный эффект. После каждого показанного фокуса его очевидцы узнают простую истину – эффективность фокуса заключается в простых законах физики.

В 17 случаях авторы используют для создания своих магических розыгрышей химические свойства веществ и химических реакций. Фенолфталеин, который в присутствии щелочи становится розовым и в розыгрыше «играет роль вина»¹⁶²; полиакрилат натрия «превращающийся» в «снег» при добавлении воды¹⁶³; при помощи тепла «серебряный» браслет, состоящий из меди и цинка, «превращается в золотой»¹⁶⁴, то есть латунный. Реакции, которые происходят при взаимодействии разных химических веществ, делают фокусы яркими и впечатляющими, что привлекает внимание зрителя к экрану.

Всего в одном эпизоде ведущие для создания фокуса использовали акустику.

Мы считаем, что такой перевес в пользу химии и физики, в отличие от других направлений наук, связан с тем, что, применяя знания по этим наукам можно сделать зрелищный фокус, а вот при помощи знаний биологии, филологии или истории скорее всего нет. Используя жидкости, которые, например, при смешивании, меняют свой цвет, или эндотермические и экзотермические реакции, позволяющие превращать жидкость в твердое

¹⁶⁰ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 3. Электронный ресурс. URL: <http://zserials.tv/dokumentalnye/science-magic.php> (дата обращения 16.04.2016)

¹⁶¹ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lepOQmOJ60Y&index=2&list=PLUwDTKG04Uv00FdNSI5hb4gbZ1aRzh8Oi> (дата обращения 13.04.2016)

¹⁶² Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 3. Электронный ресурс. URL: <http://zserials.tv/dokumentalnye/science-magic.php> (дата обращения 16.04.2016)

¹⁶³ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 2. Электронный ресурс. URL: <http://zserials.tv/dokumentalnye/science-magic.php> (дата обращения 10.04.2016)

¹⁶⁴ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 2. Электронный ресурс. URL: <http://zserials.tv/dokumentalnye/science-magic.php> (дата обращения 10.04.2016)

состояние неожиданно для зрителей, создать яркое, эффектное представление проще.

Таким образом, фокусы и их тематическое соответствие не выходят за рамки формата “nonfiction entertainment”. Они не касаются политики ни в какой её проявлении, не имеют ограничений в культурной сфере. Выпуски программы «Наука магии» не являются оскорбительными ни для зрителей, ни для очевидцев фокусов и трюков. Случайные прохожие на улицах скорее с удовольствием принимают участие в фокусах, нежели сторонятся иллюзионистов.

Основной метод съемки в этой программе – «лайф-ту-тейп». Ведущие, они же фокусники и иллюзионисты, находятся в кадре постоянно. По-другому эта программа не может быть снята. Исполнять трюки и показывать фокусы, находясь за кадром и не взаимодействуя со зрителями нельзя – особенность программы в том, что ведущие всегда исполняют трюки из категории «фокусы на близком расстоянии», когда очевидцы не просто на расстоянии вытянутой руки наблюдают за ведущими программы, то и сами порой становятся участниками представления.

Находясь в кадре ведущие демонстрируют фокус и сразу же дают ответ на вопрос «Как это произошло?», а также делятся своими впечатлениями и эмоциями от исполненного трюка или иллюзии. Нередко ведущие программы показывают масштабные фокусы со своим участием, в которых им грозит опасность – например, прыгают с большой высоты на порванной веревке, соединенной двумя книжками, страницы которых переплетены друг с другом. В таких случаях объяснение «секрета» фокуса обязательно сопровождается комментарием от ведущего о его состоянии, эмоциях, самочувствии и уверенности в успехе фокуса.

Кроме этого, объяснение ведущего в большинстве случаев подкрепляется схематичным рисунком (См. Приложение №3, стр. 100), который наглядно показывает зрителю, что произошло, какие законы

повлияли на это или какие химикаты вступили в реакцию и какой итог этой реакции.

Например, в эпизоде, где Билли, играя роль официантки, «нечаянно» проливает «вино» на светлый пиджак гостя, который отлучился из-за стола на пару минут, а затем при помощи огня и огнетушителя легко убирает розовое пятно со светлой ткани пиджака. В этом случае пояснительный рисунок делает объяснение простым и наглядным. *«То, что пролила Билли на пиджак, не было красным вином. Это был щелочной раствор, содержащий химический индикатор фенолфталеин, который становится розовым в присутствии щелочи. Претворяясь, что оттирает пятно, Билли налила на пиджак смесь спирта и воды. Когда спирт вспыхнул, вода охладила ткань и не дала ей обуглиться. Огнетушитель выбросил большое количество углекислоты, которая смешавшись с водой, произвела угольную кислоту. Угольная кислота нейтрализовала щелочь в фальшивом вине, отчего химический индикатор стал бесцветным, а пятно – исчезло»*¹⁶⁵. Зритель не просто слышит названия химических элементов и веществ, но видит, что они из себя представляют и как протекают реакции. Как и в программе «Разрушители легенд», пояснительные картинки необходимы в случае, когда нужно описать что-то недоступное человеческому зрению и пояснит, как работает сила трения или притяжения, что такое давление воздухом тепловая пушки или способ работы жидкокристаллических мониторов.

Пояснительные рисунки используются в 21 сюжете из 39, что говорит о популярности этого метода как способа донести научную информацию до зрителя.

Мы считаем, что программа «Наука магии» – яркий пример формата “nonfiction entertainment”. Фокусы, иллюзии, трюки несут развлекательную функцию. Они удивляют зрителей, поражают очевидцев и заставляют их не верить своим глазам. Заодно и просвещают их, расширяют мировоззрение,

¹⁶⁵ Программа «Наука магии». 2013. Сезон 1. Выпуск 3. Электронный ресурс. URL: <http://zserials.tv/dokumentalnye/science-magic.php> (дата обращения 13.04.2016)

рассказывают о химии, физики, показывая, что наука может быть не скучной, а зрелищной и яркой. Ведь большая часть фокусов основана не на ловкости рук, а на научной составляющей.

2.2. «Как это устроено» и «Как это работает»: метод гиперреализма

Если большинство программ на канале “Discovery”, как и «Разрушители легенд» с «Наукой магии», сняты в формате «nonfiction entertainment», и отличительной чертой подачи информации в таком формате является синтез науки и развлечения, то есть передачи, которые не носят столь откровенный развлекательный характер. По методам и формам подачи информации они серьезнее, в них нет взрывов, которые так любят «Разрушители легенд», спецэффектов и фокусов, повествование не отличается драматизмом и перипетиями, выпуски программы не держат зрителя в напряжении и не заставляют его сопереживать героям или ведущим. Тем не менее, в эфир такие программы выходят несколько лет, а значит, они вызывают интерес у зрителей.

Именно к таким программам относятся две очень похожие между собой передачи: «Как это устроено» и «Как это работает». Хронометраж каждой передачи не превышает 22 минуты без рекламного блока. В одном выпуске четыре эпизода. В сетке вещания канала программы идут друг за другом.

Оригинальное название программы «Как это устроено» – “How it's made”. Последние выпуски передачи в эфир канала “Discovery” выходят под названием «Из чего это сделано». На просторах Сети можно встретить эту программу с названием «Как это работает». Но этот вариант перевода не верный. Мы будем называть программу как в большинстве выпусков и так, как она называется в программе передач – «Как это устроено».

Цель программы «Как это устроено» – показать зрителям полный процесс производства разных устройств и предметов. Программа выходит в эфир с 2001 года, снято уже больше 24 сезонов – это более 312 выпусков. За

этот период в ней показали производство почти всего, что окружает нас в повседневной жизни. Сухие завтраки¹⁶⁶, булочки с корицей¹⁶⁷ и осетровая икра¹⁶⁸, внешние жесткие диски¹⁶⁹, замки для велосипедов, кресла-качалки, кофе¹⁷⁰, вино¹⁷¹, сыры, бумажные полотенца, искусственные цветы и даже производство детских площадок¹⁷², школьных автобусов¹⁷³ и автомобилей не укрылось от объектива съемочной группы.

Если основной метод съемки в программах «Разрушители легенд» и «Наука магии» – лайф-ту-тейп, то в программе «Как это устроено» нет ведущего, его заменяет рассказчик за кадром. Приятный голос, как в оригинальной версии, так и в русскоязычной, поясняет все этапы производства за кадром. Рассказчик говорит спокойно, не торопясь, создавая впечатление того, что он рассказывает про сложное высокотехнологичное производство зрителю как приятелю, а не как лектор студентам. Более того, нередко в сюжетах можно услышать шутку, ремарку от ведущего или риторическое обращение к зрителю. Например, в пятом выпуске 18 сезона один из сюжетов

¹⁶⁶ Программа «Как это устроено». 2001. Сезон 1. Выпуск 7. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁶⁷ Программа «Как это устроено». 2011. Сезон 18. Выпуск 12. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁶⁸ Программа «Как это устроено». 2011. Сезон 18. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁶⁹ Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 21. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷⁰ Программа «Как это устроено». 2008. Сезон 11. Выпуск 3. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷¹ Программа «Как это устроено». 2002. Сезон 2. Выпуск 3. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷² Программа «Как это устроено». 2012. Сезон 18. Выпуск 13. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷³ Программа «Как это устроено». 2014. Сезон 22. Выпуск 6. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

был посвящен изготовлению восковых фигур. Закончил эпизод диктор следующим образом: *«Готовые фигуры ждет по-настоящему звездный уход. Их волосы часто моют и укладывают, ну, конечно, кроме Брюса Уиллиса»*¹⁷⁴. В этот момент в кадре появилась восковая фигура популярного актера, который известен своей лысой прической. В 11 выпуске 20 сезона представляя один из эпизодов голос за кадром говорит: *«Юрты. Обещаю, в этой юрте костер не разводите»*¹⁷⁵. Или в 13 выпуске 18 сезона в представлении последнего эпизода закадровый голос нам сообщает: *«Тефлоновые сковородки. Почему-то у меня и в них всё пригорает»*¹⁷⁶. Во 2 выпуске 21 сезона в эпизоде про изготовление вареников, ведущий поделился со зрителем, что *«Вареники можно делать с различными начинками, даже фруктовыми. Я не прочь таких отведать!»*¹⁷⁷. В четвертом выпуске 22 сезона один из эпизодов начинается так: *«Отпуск в тропиках. Кто не любит помечтать об этом?»*¹⁷⁸. Такие риторические вопросы, как и небольшие ремарки о жизни того, кто работает за кадром, сближают зрителя и ведущего. Например, услышав фразу про мечты об отпуске, зритель может согласиться с ней, сопоставив себя тем самым с ведущим, а его жизненный опыт со своим. Это порождает доверие зрителя к рассказчику, даже несмотря на то, что самого ведущего нет в кадре и зритель даже не догадывается о том, как он выглядит.

¹⁷⁴ Программа «Как это устроено». 2011. Сезон 18. Выпуск 5. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷⁵ Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 20. Выпуск 11. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷⁶ Программа «Как это устроено». 2011. Сезон 18. Выпуск 13. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷⁷ Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 21. Выпуск 2. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁷⁸ Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 22. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

Если говорить о структуре программы, то выглядит она следующим образом:

1. Заставка программы «Как это устроено»;
2. «Сегодня в программе» – анонс эпизодов, представление тех предметов, о процессе производства которых будет идти речь в программе;
3. Представление предмета, производство которого будет в первом эпизоде, краткий рассказ о том, для чего он необходим;
4. Показ и пояснение всех этапов производства;
5. Заставка;
6. Представление второго предмета, производство которого будет в первом эпизоде, краткий рассказ о том, для чего он необходим;
7. Показ и пояснение всех этапов производства;
8. Заставка;
9. Представление третьего предмета, производство которого будет в первом эпизоде, краткий рассказ о том, для чего он необходим;
10. Показ и пояснение всех этапов производства;
11. Заставка;
12. Представление третьего предмета, производство которого будет в первом эпизоде, краткий рассказ о том, для чего он необходим;
13. Показ и пояснение всех этапов производства;
14. Заставка.

Таким образом, в отличие от программы «Разрушители легенд» здесь нет детективной формы подачи информации, сюжеты не прерываются другими, а строго следуют друг за другом.

В структуре некоторых эпизодов можно обозначить «историческую справку». Представляя предмет, производство которого будет показано дальше, ведущий за кадром нередко рассказывает о истории появления этого предмета или о его культурных особенностях. Так, в третьем выпуске 18 сезона прежде чем увидеть полный цикл производства шоколадных монет зритель узнает, что *«Съедобные монетки – символическое угощение. В*

некоторых частях света на Рождество шоколадные монеты кладут в чулок. Эта традиция восходит к деяниям Святого Николая, раздававшего деньги нуждающимся. Так же эти монеты раздают еврейским детям во время празднования ханука, чтобы показать ценность денег и важность благотворительности»¹⁷⁹. Из 11 выпуска 20 сезона можно узнать о том, когда были изобретены велосипедные ботинки: «Такие ботинки изобрели сравнительно недавно. Впервые их сделали во Франции в 80е годы по образцу лыжных альпийских ботинок»¹⁸⁰. А из 4 серии 22 сезона – про «помаду» Клеопатры: «С древнейших времен цвет применялся для украшения губ. Первой начала Клеопатра 2000 лет назад, когда использовала перетертых муравьев и жуков, чтобы сделать губы краснее. Правда, такое не выдумаешь. Интересно, что об этом думал Антоний?»¹⁸¹. Так же зрители узнают о том, когда появились шины для колес и что их заменяло раньше, как готовили сорбет римляне, когда была изобретена передвижная сцена, из чего делали первую тушь для ресниц, когда появился сверхлегкий самолет во Франции и что послужило причиной для его появления. Иногда вместе истории создания и появления предмета, которому посвящен эпизод, ведущий рассказывает, что это за предмет и для чего его используют. Чаще всего это относится к тем вещам, которые носят национальный окрас и используются в определенных странах, а не широко распространены по всему миру. Например, юрта и вигвам, сорбет и вареники, тайские корзины для риса и т.п.

Такая историческая справка или пояснение, для чего нужен предмет, об изготовлении которого будет сюжет, служат вводом в тему, а также несут

¹⁷⁹ Программа «Как это устроено». 2011. Сезон 18. Выпуск 3. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁸⁰ Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 20. Выпуск 11. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

¹⁸¹ Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 22. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

просветительскую функцию: влияют на уровень знаний зрителя, его мировоззрение, расширяют картину мира.

Для того, чтобы высокотехнологичные автоматические процессы можно было детально рассмотреть и понять, в программе часто используется замедленная съемка. Благодаря высокоскоростным камерам авторы программы показывают, как станки плетут шнуры или ткани, роботы закручивают крышки на бутылках, тестомесильные машины замешивают тесто, а лопасти перемешивают глазурь или компоненты для напитков.

Кроме этого, мы считаем, что программа «Как это устроено» популяризует разные специальности и профессии. Показывая процесс производства нельзя не показать тех, благодаря кому этот процесс осуществляется. Особенно это касается тех вещей, которые изготовлены ручным трудом в ограниченном количестве без применения станков и роботизированных машин: глиняные трубки, украшения из бирюзы и серебра, стеклянные вазы ручной работы. Нельзя сказать, что рабочие заводов и мастера являются героями программы – они обезличены, за кадром их называют «рабочий», «лаборант», «мастер», их не показывают постоянно, часто в кадре мелькают только их руки. Тем не менее, из программы можно узнать о разных видах профессиональной деятельности, увидеть, что делают рабочие и инженеры на заводах, какую роль играют лаборанты и как осуществляют проверку на качество продуктов и вещей и соответствие нормам.

Похожей по структуре, методам и форме подачи информации является программа «Как это работает», оригинальное название которой “How does it work”. К сожалению, в сети Интернет эти две программы – «Как это устроено» (“How it's made”) и «Как это работает» (“How does it work”) встречаются под одним названием – «Как это устроено?». Более того, в эфир канала “Discovery” программа “How does it work” выходила под названием «Как это устроено». Мы будем использовать прямой перевод передачи и называть её «Как это работает».

Эти программы, несмотря на свою схожесть по стилю, различаются в первую очередь целями. В отличие от передачи «Как это устроено» программа «Как это работает» рассказывает не о производстве вещей, а о том, как они функционируют.

Чтобы различие программ было очевидным, приведем пример. В обеих программах есть сюжеты про компьютерный жесткий диск. Из передачи «Как это устроено» мы узнаем о том, каким образом на заводах изготавливают внешние жесткие диски и какова особенность их производства: *«Производство начинается с основания диска. Рабочий вставляет в основание магнит со звуковой катушкой – их будет две. Они двигают записывающие головки для укладывания информации на вращающиеся диски. Принцип работы такой же, как у громкоговорителей. Робот устанавливает один из дисков на основание. Камера делает снимок, чтобы робот принял сигнал и точно зафиксировал диск. Другой робот устанавливает круглое металлическое кольцо в центре диска, ориентируясь по той же камере. Поверх кольца накладывается второй диск. <...> На станции упаковки происходит последняя визуальная проверка, сканируется серийный номер диска, благодаря этому его можно будет отследить, если возникнет какая-нибудь проблема. Затем диск запаковывают в антистатичный пластик»¹⁸².*

А программа «Как это работает?» рассказывает о том, благодаря чему, каким процессам и как жесткий диск компьютера записывает, хранит и считывает информацию, какие его части при этом работают и каким образом, какие процессы внутри диска при его работе происходят: *«Жесткий диск состоит из пяти основных частей. Интегральная схема синхронизирует работу диска с компьютером и управляет всеми процессами. Электромотор вращает диск примерно семь тысяч двести раз в минуту. Интегральная схема поддерживает скорость постоянной. А теперь самая важная часть:*

¹⁸² Программа «Как это устроено». 2013. Сезон 21. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)

коромысло, которое записывает и считывает информацию. Конец коромысла разделен, чтобы работать сразу с несколькими дисками. Но головка коромысла никогда не прикасается к диску. <...> До этого речь шла о компонентах, а теперь поговорим о хранении данных. Данные хранятся в узких дорожках на поверхности диска. При производстве на диске создается более двухсот тысяч таких дорожек. Каждая дорожка разделена на сектор. Карта дорожек и секторов позволяет головке определить куда записать или считать информацию. Поверхность диска гладкая и блестящая, но при более близком рассмотрении структура оказывается сложнее. Ферромагнитная пленка на поверхности запоминает всю информацию. Головка намагничивает микроскопическую область на пленке, устанавливая магнитный момент такой ячейки в одно из состояний – ноль или единица. Каждый такой ноль или единица называется битами. Значение бита соответствует ориентации магнитного поля – плюсу или минусу. И не стоит беспокоиться о сохранности данных – фотография хорошего качества занимает около 29 миллионов таких ячеек и разбросана по 12 различным секторам. Звучит впечатляюще, но в действительности такое невероятное количество битов занимает очень маленький участок на поверхности диска. Каждый квадратный сантиметр поверхности включает в себя 31 миллиард битов. Вот это, я понимаю, память!»¹⁸³. Таким образом, главное отличие программ в их целях – показать цикл производства предметов или то, как они работают в случае с программой «Как это работает».

В остальном эти две передачи «Как это устроено» и «Как это работает» очень похожи. В «Как это работает» также нет ведущего в кадре, а все процессы, которые зритель видит на экране, поясняет ведущий за кадром. В кадре нередко появляется мужчина в синей спецодежде, который разбирает предметы, о которых рассказывается в программе, на составные части для упрощения пояснения, но его нельзя назвать ведущим. Он молчит, не

¹⁸³ Программа «Как это устроено». 2013 г. Сезон 21. Выпуск 4. – DVD.

проявляет никаких эмоций и вообще не показывает того, что он имеет отношение к этой программе. Скорее он похож на рабочих заводов, которые периодически появляются в передаче «Как это устроено» – он просто разбирает устройство на запчасти и показывает каждую в отдельности, если это необходимо, никак не влияя на повествование и ход программы.

Ведущий за кадром так же, как и в программе «Как это устроено», вставляет в описание работы устройств комментарии личного характера и ремарки. Благодаря этому зритель может сопоставить свой жизненный опыт, вкусы, предпочтения и привычки с его опытом, вкусом и привычками, что повышает уровень доверия к программе, делает программу адаптированной к повседневной жизни зрителя, а значит увеличивает шанс на то, что передачу будут смотреть.

Закадровый голос обоих программ не просто приятный. Он звучит не монотонно и не однообразно, что очень важно в программах такого типа – благодаря голосу ведущего появляется дополнительная динамика у повествования.

Что касается структуры программы «Как это работает» то она схожа со структурой передачи «Как это устроено». В каждом выпуске четыре сюжета, которые посвящены разным предметам. Повествование в программе последовательное – эпизоды идут друг за другом. Это обусловлено форматом программы – развлекательная функция не преобладает над просветительской или рекреационной, и даже не составляет половины от выполняемых функций передачи как в случае с программой «Разрушители легенд».

«Мы покажем вам то, о чём вы даже не догадываетесь» – неоднократно повторяется в программе «Как это работает». И действительно, в сюжетах зритель может увидеть то, что ему неподвластно в жизни. Используя метод гиперреализм и компьютерную графику, авторы передачи показывают то, что

«невидимо» для камеры. Внутреннее устройство унитаза¹⁸⁴, сейфа¹⁸⁵, электрических зубных щеток¹⁸⁶, бензопил, дрелей, электрических счетчиков¹⁸⁷, роботов-пылесосов, микроскопов¹⁸⁸, фенов, соковыжималок, микроволновок¹⁸⁹ и многих других предметов повседневного обихода. Кроме этого, передача показывает не просто механизмы и детали, которые скрыты от наших глаз за упаковками и корпусами, а их взаимодействие друг с другом для того, чтобы предмет работал правильно. В этом также помогает метод гиперреализм – графикой можно обозначить части предмета о которых идет речь потоки воздуха, движение воды, масла, бензина или электричества, перемещения частей и их взаимодействие (См. Приложение №4 стр.101). Именно использование метода гиперреализма почти в каждом эпизоде программы является её отличительной чертой. Компьютерная графика позволяет сделать объяснения сложных высокотехнологических процессов проще и доступнее для зрителей. Именно то, что было обработано с помощью компьютерной графики несет в себе основную смысловую нагрузку в сюжете, потому что графически выделяют, дорисовывают или раскрашивают те детали устройства, о которых идет речь и которые являются самыми главными в процессе работы этого устройства.

¹⁸⁴ Программа «Как это работает». 2008. Сезон 1. Выпуск 1. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kavWoTEQwtI&index=1&list=PL8CSrrw0o-m7yY9NS-G0ND3WeByHWd009> (дата обращения 08.05.2016)

¹⁸⁵ Программа «Как это работает». 2008. Сезон 1. Выпуск 10. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kavWoTEQwtI&index=1&list=PL8CSrrw0o-m7yY9NS-G0ND3WeByHWd009> (дата обращения 08.05.2016)

¹⁸⁶ Программа «Как это работает». 2008. Сезон 1. Выпуск 8. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fUtu0K4zeN0&list=PL8CSrrw0o-m7yY9NS-G0ND3WeByHWd009&index=8> (дата обращения 08.05.2016)

¹⁸⁷ Программа «Как это работает». 2009. Сезон 2. Выпуск 6. Электронный ресурс. URL: http://dokumentalka.ucoz.net/load/kategorii_razdela/bbc_discovery/kak_ehto_ustroeno_how_does_it_work_2_sezon_13_serij_smotret_onlajn/5-1-0-243 (дата обращения 08.05.2016)

¹⁸⁸ Программа «Как это работает». 2009. Сезон 2. Выпуск 4. Электронный ресурс. URL: http://dokumentalka.ucoz.net/load/kategorii_razdela/bbc_discovery/kak_ehto_ustroeno_how_does_it_work_2_sezon_13_serij_smotret_onlajn/5-1-0-243 (дата обращения 08.05.2016)

¹⁸⁹ Программа «Как это работает». 2008. Сезон 1. Выпуск 12. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1rASTjZk5gI&index=12&list=PL8CSrrw0o-m7yY9NS-G0ND3WeByHWd009> (дата обращения 08.05.2016)

Без применения метода гиперреализма снять программу «Как это работает» невозможно: не существует таких камер, которые могут снимать сквозь препятствия в виде корпусов из пластика или железа, заглядывать внутрь сложноустроенных предметов. Кроме того, проще нарисовать то, как выглядит устройство в разрезе, нежели на самом деле распиливать его пополам. А в некоторых случаях это невозможно, например, когда нужно показать, как в унитазе циркулирует вода.

Что касается тематики программ «Как это устроено» и «Как это работает», то и в этом они похожи. Обе передачи рассказывают зрителю о разных предметах повседневной жизни. Редкие вещи из тех, что нас окружают еще не попали в сюжеты этих программ. Горные велосипеды, машины по переработке пластика, трехколесные электровелосипеды, обогреватели для патио, сенсоры движения, ленточные погрузчики, снегоочистители, бурильные молотки, швейные машинки, проигрыватели музыки, ружья для пейнтбола, лазерные принтеры, флуоресцентные лампочки и блендеры – о том, как изготовлены и как функционируют эти и многие другие предметы можно узнать из программ «Как это устроено» и «Как это работает». Всё, что попадает в эпизоды программы чаще всего носит бытовой характер и окружает нас в повседневной жизни. Единственное, что отличает эти программы по тематике, это то, что в передачу «Как это работает» попадают, как правило, приборы разного назначения – от бытовых до строительных. Среди сюжетов этой программы нет ни одного, который был бы посвящен работе «односоставных» устройств, работа которых очевидна и без пояснения. Например, как работает деревянное колесо или рама окна, шариковая ручка или клейкая лента. А вот в программе «Как это устроено» можно узнать о производстве абсолютно разных предметов, в том числе и очень простых на первый взгляд, таких как посыпка для кексов или стеклянные вазы, булочки с корицей или стул из столового гарнитура.

Таким образом, если говорить о тематических особенностях программы, то для съемок эпизодов авторы выбирают привычные для зрителей вещи,

предметы, которым они пользуется почти ежедневно. В передаче «Как это работает» акцентируется внимание на бытовых приборах: пылесосах, микроволновок, газонокосилок, блендерах, фенах и т.п. Тематика программы «Как это устроено» гораздо шире – авторы программы рассказывают о производстве посуды, продуктов питания, предметах быта и т.д., то есть этой передаче возможно рассказать о предметах, которые состоят из небольшого количества деталей или представляют собой монолитное изделие, как, например, ваза. Адаптированные для зрителя темы, выбор тех предметов, которые часто встречаются в повседневной жизни, повышают интерес зрителей к программам, потому что людям интереснее смотреть и узнавать что-то новое про то, что их касается напрямую, а не является отдаленным для него предметом.

Вид программ подразумевает отсутствие в кадре ведущего, главными «героями» передач, вокруг которых закручен сюжет и идет повествование, являются, как мы уже говорили, самые разные предметы. Метод съемки «лайф-ту-тейп» в таких программах не уместен, о всех процессах, производства предметов или их функционировании, рассказывает ведущий, находясь за кадром. Его не монотонная и не однообразная речь эффективно влияет на зрителя, добавляя программам динамики. А ремарки и комментарии личного характера, которые позволяют что-то узнать о повседневной жизни ведущего, представить его и сопоставить с его опытом жизненный опыт зрителей служат способом повысить доверие к программам, и делают речь ведущего похожей на рассказ от лица приятеля, не создают впечатление лекции.

Метод гиперреализма и широкое распространение компьютерной графики в сериях программ, а также использование при съемках высокоскоростных камер, позволяют рассказать и показать зрителю то, что он никогда не сможет увидеть без этого в обычной жизни. Компьютерные элементы позволяют показать все внутренние детали устройств, которые

скрыты от человека за корпусами, их взаимодействие между собой и результат этого взаимодействия.

Большая часть окружающих нас приборов работает от электричества, то есть основой работы технических средств являются законы физики, о которых рассказывается в программах по время пояснения о том, как устроены или как работают эти вещи.

Кроме этого, программа «Как это работает» служит инструментом популяризации разных специальностей: от инженерных с применением высокотехнологичных процессов в работе до ремесленных, показывая тех, кто создает уникальные вещи ручным трудом. Широкий спектр показанных в эфире программы специальностей может не просто заинтересовать зрителя, но и помочь сделать свой выбор в профессии, особенно это касается школьников, которые еще не решили, кем хотят стать.

Выводы по второй главе

Большая часть программ телеканала “Discovery” относятся к формату «nonfiction entertainment». Они сочетают в себе, как правило, равную долю развлечения и научной информации: развлечение в программах основано на законах физики, химии, биологии и других наук. В программах «Разрушители легенд» и «Наука магии» это заметнее: передачи зрелищны, с большим количеством взрывов, спецэффектов и трюков, которые так или иначе привлекают внимание зрителей. Благодаря такой развлекающей составляющей зрители получают новые знания необычным способом: увлекшись просмотром интересных трюков или захватывающих экспериментов, зрители не только получают удовольствие, но и расширяют мировоззрение, развивают воображение, учатся мыслить научно и реально оценивать то, что популяризируют фильмы и сериалы, относящиеся к массовой культуре. Кроме этого, благодаря методу лайф-ту-тейп программы привлекают зрителей харизматичностью ведущих, их непринужденным общением друг с другом, как в программе «Разрушители легенд» в которой

очень разные по характеру ведущие Адам Сэвидж и Джейми Хайнеман гармонично дополняют друг друга.

Метод лайф-ту-тейп, который является основным методом съемки в программах «Наука магии» и «Разрушители легенд», также позволяет ведущим этих передач проводить эксперименты на глазах у зрителей и осуществлять подготовку к ним, тут же объясняя, зачем они это делают и к каким результатам это приведет. Являясь центральными героями сюжетов, вокруг которых закручено повествование, ведущие и всё, что связано с их деятельностью в эфире, выступают в качестве инструментов популяризации науки. Они рассказывают зрителям о действии законов физики и химии, показывая фокусы и разрушая голливудские мифы из фильмов, а также же другие устоявшиеся легенды, слухи и мнения.

Передачи «Как это устроено» и «Как это работает» отличаются методами съемки и подачи информации: для того, чтобы показать зрителям процесс изготовления предметов и то, каким образом они функционируют, не нужен ведущий в кадре, достаточно закадрового голоса, а метод гиперреализма позволяет показать недоступные человеческому глазу явления, например, устройство фена и взаимодействие деталей этого фена друг с другом для правильно работы. Примечательно, что компьютерная графика активно используется и в программе «Наука магии», иногда к ней прибегают и в передаче «Разрушители легенд». Это отличный способ сделать объяснение сложных научных процессов, законов и химических реакций простым и понятным, «зарисовав» то, что нельзя увидеть.

Что касается разнообразной тематики программ, то все четыре передачи не имеют отношения к политике в любом её проявлении, они не обладают культурными ограничениями, то есть будут понятны людям из разных стран с разным уровнем культуры. Тематика передач «Разрушители легенд», «Как это устроено» и «Как это работает» обладают еще одной отличительной чертой, которая является важной для того, чтобы зрителю было интересно смотреть выпуски программ: все сюжеты так или иначе касаются повседневной жизни

зрителя. Для объяснения процесса изготовления или работы предметов в программах «Как это работает» и «Как это устроено» выбраны те предметы, которые окружают нас, которыми мы пользуемся практически ежедневно. А ведущие «Разрушителей легенд» проводят эксперименты для подтверждения легенд и мифов, которые мы часто слышим и которым даже иногда доверяем. Также они развенчивают популярные эпизоды из фильмов, сериалов и игр, показывая часто зрителям, что всё, что мы видим на экранах наших телевизоров – качественные спецэффекты.

Таким образом, программы адаптированы к повседневной жизни зрителей и его опыту, а не рассказывают о чём-то отвлеченным и не имеющем к нему отношение.

Благодаря такому подходу к выборам тем и их адаптированным к опыту зрителя характеру, все выпуски четырех программ легко локализовать в других странах – перевод передач на язык той страны, в которой она будет транслироваться, не требует особых усилий, тематика широко известна людям разных национальностей и с разным культурным уровнем и может быть им интересно. Кроме этого, в программах не затрагиваются те темы, обсуждение которых в каких-нибудь странах может считаться неприличным или запретным, чтобы не лишить передачу возможности локализации.

Заключение

В ходе изучения зарубежных работ, посвященных телевидению и видам телепередач, а также “Discovery Channel” и программ, которые выходят в эфир на этом канале, мы пришли к следующим выводам.

Программы аналогичные отечественным научно-популярным, на телевидении США относятся к “documentary”. Формат канала “Discovery” не имеет аналогов в России, называется он “nonfiction entertainment” и означает «научно-развлекательный формат». По итогам исследования этого формата и телеканала “Discovery” мы обнаружили, что успешному существованию программ на этом канале способствует синтез бизнес-модели канала с её стратегиями локализации и брендинга, формата и вида программ.

В результате исследования, посвященного изучению научно-популярных программ на канале “Discovery”, мы пришли к следующим заключениям, которые могут служить практическим руководством для создания успешных и интересных научно-популярных программ:

1. Научно-популярные программы должны быть не только «научными» и «популяризирующими», но и иметь развлекательную составляющую. Развлекательности могут добавить необычная подача информации, например, в форме безумных экспериментов, опытов или фокусов. Это привлечет внимание зрителей.

2. подача информации в форме детектива, как в программе «Разрушители легенд» пробуждает любопытство у зрителя. Услышав начало истории, ему захочется услышать конец, поэтому он досмотрит программу до конца.

3. При выборе тематики программы стоит руководствоваться следующим принципом: «Передача должна быть адаптирована к повседневной жизни зрителя». Этот принцип не аксиома и не значит, что выбирать другие темы для съемки программы нельзя, но благодаря адаптации

можно повысить интерес к программе. Людям всегда интереснее те передачи, которые непосредственно касаются их.

4. Также стоит обратить внимание на то, чтобы темы программы можно было легко локализовать в любой стране. В таком случае может быть даже не важна страна, где снимается эта программа. Материал, созданный в России можно перевести на любой язык и показать в любой стране, если тематика программы для этой страны не является табуированной.

5. Использование метода съемки лайф-ту-тейп помогает сделать научные объяснения понятнее, а программу зрелищнее и интереснее. Но стоит отметить, что в таком случае ведущие должны обладать харизмой, быть интересными собеседниками и профессионалами в своей сфере. Не только быть отличными телеведущими, но и понимать, разбираться в предмете передачи. Например, Адам Сэвидж и Джейми Хайнеман обладают колоссальным опытом создания спецэффектов при помощи законов физики и химии и создания разных инструментов и приспособлений для этого, что позволяет им так легко справляться с проведением экспериментов, а главное с подготовкой к ним и без посторонней помощи создавать машины, устройства, автоматы, манекены, которые по многим признакам похожи на людей. В противном случае «говорящие головы», которые сами не так давно разобрались в том, о чём рассказывают, могут не справиться, например, с проведением эксперимента, выглядеть наигранно и быть не интересным зрителям.

6. Метод гиперреализма при создании программ может помочь объяснить зрителю сложные процессы, невидимые невооруженным глазом или обычной камерой. Процессы, происходящие внутри устройств, химические реакции, поведение молекул разных веществ в них, силу тяжести, электричество и многое другое можно показать благодаря компьютерной графике. При чем этот метод может служить вспомогательным инструментом наравне с другими методами в программе, а может стать основным.

Таким образом, проанализировав программы канала “Discovery”: «Разрушители легенд», «Наука магии», «Как это устроено», «Как это работает», мы пришли к выводу, что ключевую роль в успешности программ играет формат “nonfiction entertainment”. Благодаря синтезу научной информации и развлекательных составляющих в передачах эти программы легко воспринимаются и запоминаются. Адаптированные к повседневной жизни зрителя, аполитичные темы вызывают интерес и способствуют большому количеству просмотров. Методы и формы подачи информации, в частности, методы лайф-ту-тейп и гиперреализма, помогают донести сложную научную информацию и сделать объяснение проще.

Список источников и литературы

I. Источники

Видеоматериалы

1. «ЕХперименты с Антоном Войцеховским». 2012. Сезон 1. Выпуск «Научная кухня». Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WIHxIzMekBA> (дата обращения 19.04.2016)
2. Программа «Как это работает». 2008 – 2009. Сезон 1 – 2. – DVD.
3. Программа «Как это устроено». 2011 – 2015. Сезоны 18, 20 – 24. Выпусков 65. Электронный ресурс. URL: http://onlainfilm.ucoz.ua/load/discovery_kak_ehto_rabotaet_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10_11_12_13_14_15_16_17_18_19_sezon_smotret_onlajn/12-1-0-18902 (дата обращения 07.05.2016)
4. Программа «Наука магии». 2013. 2 сезон. Выпусков 9. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TIGfbmPBZ48&list=PLUwDTKG04Uv00FdNSl5hb4gbZ1aRzh8Oi&index=7> (дата обращения 13.04.2016)
5. Программа «Наука магии». 2012. 1 сезон. Выпусков 9. Электронный ресурс. URL: http://seasonvar.ru/serial-9906-Discovery_Nauka_magii-1-sezon.html (дата обращения 13.04.2016)
6. Программа «Разрушители легенд». 2011 – 2015. Сезоны 9 – 13. Выпуски 160 – 236. – DVD.

II. Справочная литература

1. Лайф-ту-тейп // Журдом. Словарь терминов журналистов. Электронный ресурс URL: <http://jourdom.ru/news/8934> (дата обращения: 14.03.2016).
2. Электронный словарь «Мультитран». Электронный ресурс. URL: <http://www.multitrans.ru/c/m.exe?CL=1&s=nonfiction+entertainment+media&l1=1> (дата обращения 01.03.2016)

III. Исследования

1. Агамян, Е. Ю. L2T как жанр современной медиасферы // Вестн. НГУ. Т. 13, вып. 6. Новосибирск, 2014. 42–50с.
2. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. Издательский центр «МарТ», 2003. 289с.
3. Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции// Учебное пособие. Москва, 1997. 62с.
4. Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. Москва, 1992. 124с.
5. Ильченко С. Н., Познин В. Ф., Е. П. Почкай. Технология СМИ: Творческие профессии на телевидении и радио: творческие профессии на телевидении и радио// Учебное пособие для студентов фак. журналистики. 2003. 88с.
6. Иноземцев В., Белл Д. Эпоха разобщенности: размышления о мире в XXI веке. – М.: Центр исследований постиндустриального общества. 2007. – 304с.
7. Кислая Л. Н. Метод включенного наблюдения как прототип телевизионного лайф-ту-тейп //Вест. ЧГУ. Вып. 94. 2015. 219 – 224с.
8. Константинова Е.Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития// автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2010. 234 с.
9. Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли. Москва, 2007. 160с.
10. Познин В. Ф. Выразительные средства современного научно-познавательного фильма. Ленинград, 1981. – 152с.
11. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Москва, 2011. 253с.
12. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной / под ред. Е.Л. Вартановой. Москва, 2004. 400с.

13. Шестерина А.М. Жанровый аспект эволюции отечественного телевидения: к постановке проблемы// Новое в массовой коммуникации, альманах. Выпуск 7-8 (102-103). Воронеж, 2011. 56с.
14. Bucchi, M. Science in Society// An Introduction to Social Studies of Science. London, 2004.
15. Cloître M, Shinn T. Expository science: Forms and functions of popularization. 1985. 294p.
16. Curtis R. Narrative Form and Normative Force: Baconian Story-Telling in Popular Science// Social Studies of Science. 1994. P. 419 – 461.
17. Fürsich E. Between Credibility and Commodification Nonfiction Entertainment as a Global Media Genre// International journal of cultural studies. 2003. 153p.
18. Global multichannel markets: developments in Chinese media joint ventures. SNL Kagan, 2010.
19. Haley K. The Documentary Climbs to New Heights// Broadcasting and Cable, November 3.1997. 46p.
20. Lewenstein B. V. Models of public communication of science and technology// Public Understanding of Science. 2003. 1-11p.
21. Montgomery M. Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach. 2007. 246p.
22. Moran A. Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats // Continuum: Journal of Media & Cultural Studies. London, 2009. 174p.
23. Pountcheva A. How does the genre of a tv programme affect the uses sought and the gratifications obtained by viewers? 2012 95p.
24. Rubin, A. An examination of Television Viewing Motivations //Communication Research, 8(2). 1981. 154 p.
25. Selznick B. The Complete Story: Religion and Race in Global Non-Fiction Programming. University of Arizona, 2007. 19p.

26. Silverstone R. Narrative Strategies in Television Science. 1987. 291-330p.
27. Solomon H. History Lessons. Boston, 1998.
28. Stanford, S. W. Predicting favourite TV programme gratifications from general orientations// Communication Research, 11(4). 1984. 527p.
29. Weimann G., Brosius H. B, Wober M. TV Diets: Towards a Typology of TV Viewership// European Journal of Communication, 7 (4). 1992. P. 516p.
30. Yang J. Globalization Strategies Utilized by Discovery Networks: A Case Study. 2014. 55p.
31. Yıkılğan F. The image of science in MythBusters //A thesis Submitted to the department of Communication and Design and the Institute of Economics and Social Sciences of Bilkent University. 2009. 110p.
32. Zhang Y. Marketing strategies: the success of Discovery Communications Inc. TV Critics. 2009. 23p.

IV. Электронные ресурсы

1. Аршинова А. «Профессор Евгений Пальчиков о популяризации науки»// журнал «Компьютерра» URL: <http://old.computerra.ru/interactive/697108/> (дата обращения 11.04.2016)
2. Жирков Г.В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе // Научно-культурологический журнал №3 [93]. 2004. Электронный ресурс. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=111&level1=main&level2=articles> (дата обращения 28.03.2016)
3. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа, учебное пособие. Электронный ресурс. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm> (дата обращения 15.03.2016)
4. Лапина И.Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения, диссертация. Москва, 2010. Электронный ресурс. Код доступа: <http://www.dissercat.com/content/osnovnye-tendentsii->

funktsionirovaniya-nauchno-populyarnogo-televideniya (дата обращения 10.02.2016)

5. Официальный сайт канала «Discovery». Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/shows/find-us-operators/> (Дата обращения 30.03.2016)

6. Официальный сайт компании “Discovery Networks” в России. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-science-hd/news/discovery-nmg/> (дата обращения 14.03.2016)

7. Официальный сайт компании “Discovery Networks”. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-new-hd/news/big-digit-2016/> (дата обращения 22.03.2016)

8. Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс. URL: <http://30yearsofdiscovery.com/41-discovery-communications-named-to-most-admired-companies-list-by-fortune> (дата обращения 25.01.2016)

9. Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс. URL: https://corporate.discovery.com/wp-content/uploads/2015/11/159035_GLOBE_2015_Q3_AT_A_GLANCE_WEB.pdf (дата обращения 25.01.2016)

10. Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс. URL: <http://30yearsofdiscovery.com/17-discovery-communications-founded-with-launch-of-discovery-channel> (дата обращения 25.01.2016)

11. Официальный сайт компании Discovery Communication Inc. Электронный ресурс URL: <http://30yearsofdiscovery.com/6-discovery-channel-breaks-records-with-iraising-the-mammothi> (дата обращения 25.01.2016)

12. Официальный сайт оригинальной программы «Разрушители мифов». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/mythbusters/about-this-show/mythbusters-by-the-numbers/> (дата обращения 03.04.2016)

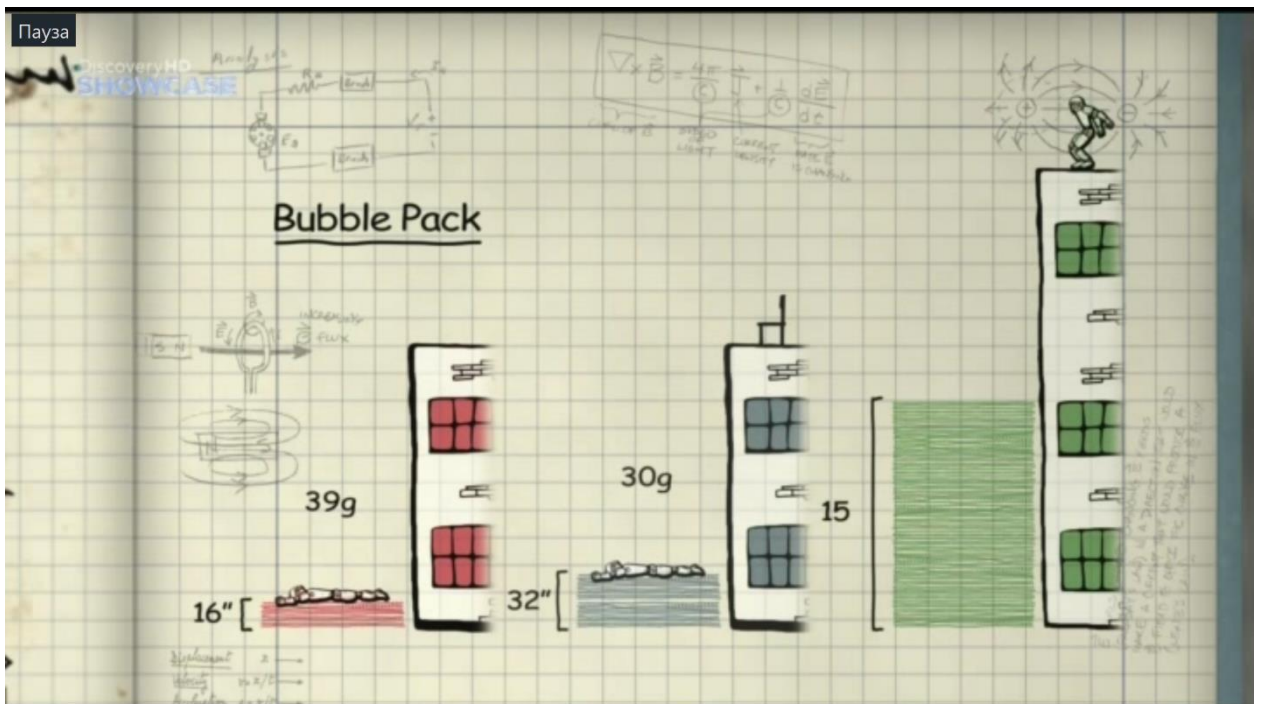
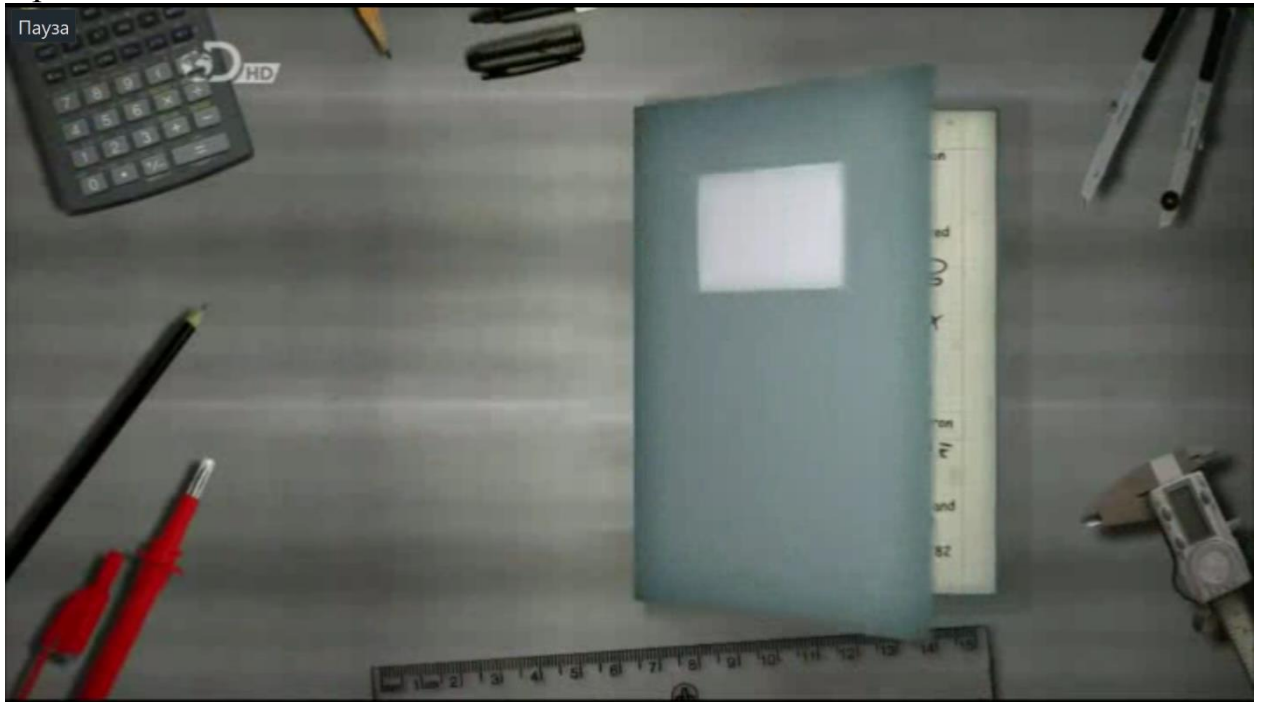
13. Официальный сайт оригинальной программы «Разрушители мифов». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/mythbusters/bios/adam-savage/> (Дата обращения 25.03.2016)
14. Официальный сайт оригинальной программы «Разрушители мифов». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/mythbusters/bios/jamie-hyneman/> (Дата обращения 25.03.2016)
15. Официальный сайт программы «Наука магии». Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/> (дата обращения 01.02.2016)
16. Официальный сайт телеканала “Discovery” в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/magic/magic-of-science/> (дата обращения 01.02.2016)
17. Официальный сайт телеканала “Discovery”. в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/magic/magic-of-science/> (дата обращения 01.02.2016)
18. Официальный сайт телеканала “Discovery”. Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/bios/ben-hanlin/> (дата обращения 01.02.2016)
19. Официальный сайт телеканала “Discovery”. Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/about-the-show/about-the-show/> (дата обращения 01.02.2016)
20. Официальный сайт телеканала “Discovery”. Электронный ресурс. URL: <http://www.discovery.com/tv-shows/breaking-magic/bios/james-galea/> (дата обращения 01.02.2016)
21. Официальный сайт телеканала “Discovery” в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/magic/magic-of-science/> (дата обращения 01.02.2016)
22. Официальный сайт телеканала “Rai Storia”: Электронный ресурс. URL: <http://www.raistoria.rai.it/> (дата обращения 14.03.2016)

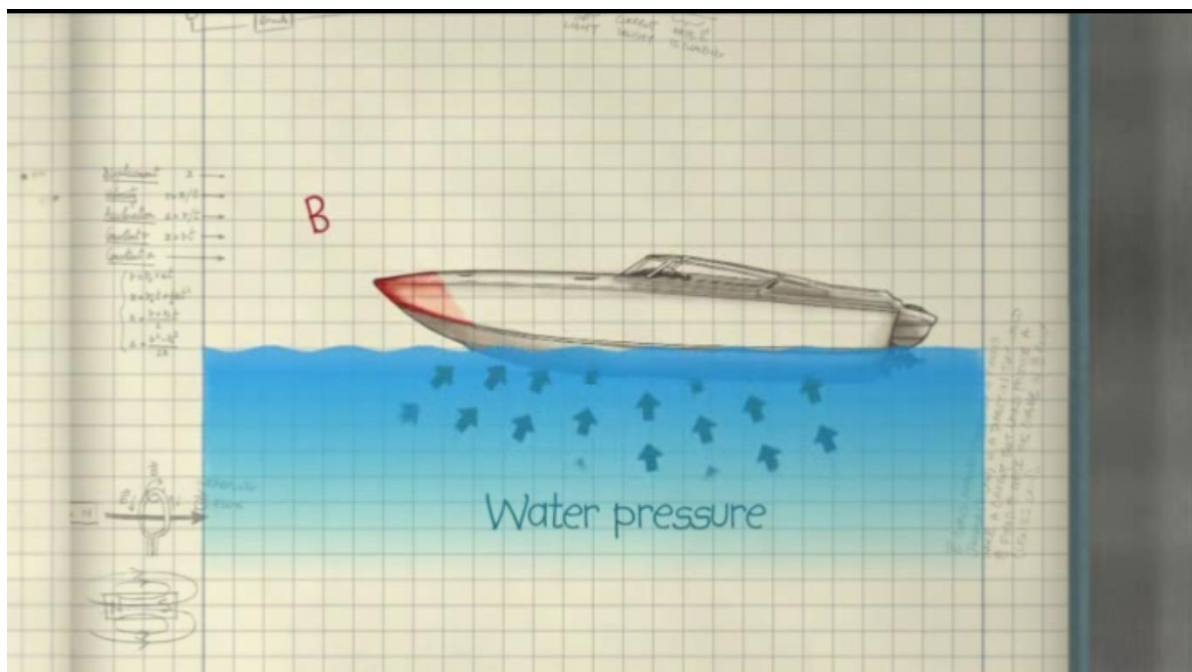
23. Официальный сайт телеканала “Rai”. Электронный ресурс. URL: http://www.rai.it/dl/rai/guidaTv.html?refresh_ce (дата обращения 12.03.2016)
24. Официальный сайт телеканала “Rai”. Электронный ресурс. URL: http://www.rai.it/dl/rai/guidaTv.html?refresh_ce (дата обращения 14.03.2016)
25. Официальный сайт телеканала Discovery Science В России. Электронный ресурс. URL: <http://discoverynetworks.info/channels/discovery-science-hd/about/> (дата обращения 14.03.2016)
26. Официальный сайт телеканала Discovery в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.discoverychannel.ru/about-us/> (дата обращения 01.02.2016)
27. Портал “Cnet” 'MythBusters' will return to TV, first as a reality game show <http://www.cnet.com/news/mythbusters-returns-to-tv-as-a-reality-game-show/> (Дата обращения 03.04.2016)
28. Рейтинг стран мира по количеству патентов. Гуманитарная энциклопедия // Центр гуманитарных технологий. – 2011.03.10 (последняя редакция: 2014.07.07). Электронный ресурс. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-patents/info> (дата обращения 10.02.2016)
29. Черчес Т.Е. Психологические особенности восприятия содержания устноречевого сообщения при его совмещении с видеорядом в научно-познавательных фильмах // Актуальные проблемы современной российской психологии: материалы междунар. форума и школы молодых ученых ИП РАН, 2006. Электронный ресурс URL: http://www.ipras.ru/cntnt/rus/dop_dokume/mezhdunaro/nauchnye_m/razdel_3_a/cherches_t.html (дата обращения: 08.01.2016)
30. Шарилов А.В. Телевидение и общество: нравственный конфликт // Социальная философия и социология художественной культуры. № 6. 2013. Электронный ресурс. URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/849.html> (дата обращения: 16.02.2016)

31. Штепа В. Научная журналистика в сегодняшнем мире // Научно-культурологический журнал. Вып.5[150]. 2007. Электронный ресурс. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1754> (дата обращения: 11.06.2015)
32. “Discovery Channel” – бренд номер один среди телеканалов и СМИ в США и мире. Электронный ресурс. URL: <http://www.telekritika.ua/news/2005-07-04/24325> (дата обращения 10.02.2016)
33. Best Global Brands 2013. Электронный ресурс. URL: <http://www.interbrand.com/assets/uploads/Interbrand-Best-Global-Brands-2013.pdf> (Дата обращения 17.06.2015)
34. Discovery Annual Report, 2012. Электронный ресурс. URL: http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/h_wr03743.html (дата обращения 25.02.2016)

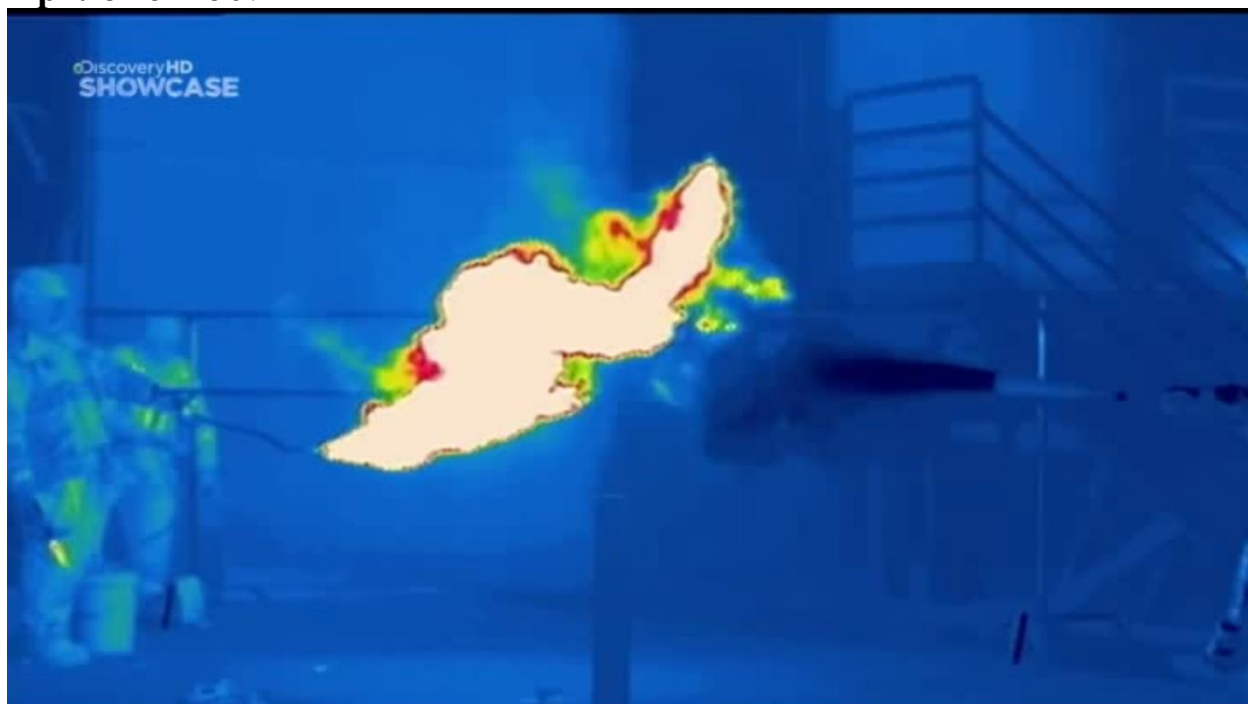
Приложения

Приложение № 1



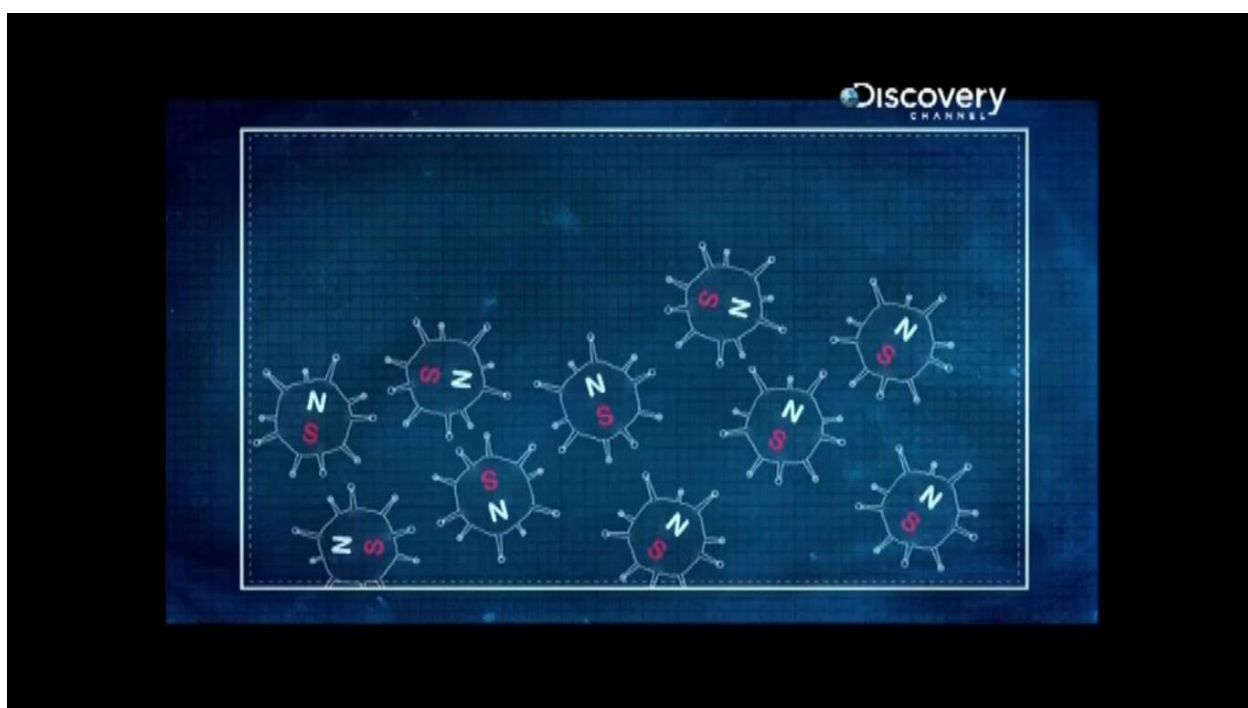
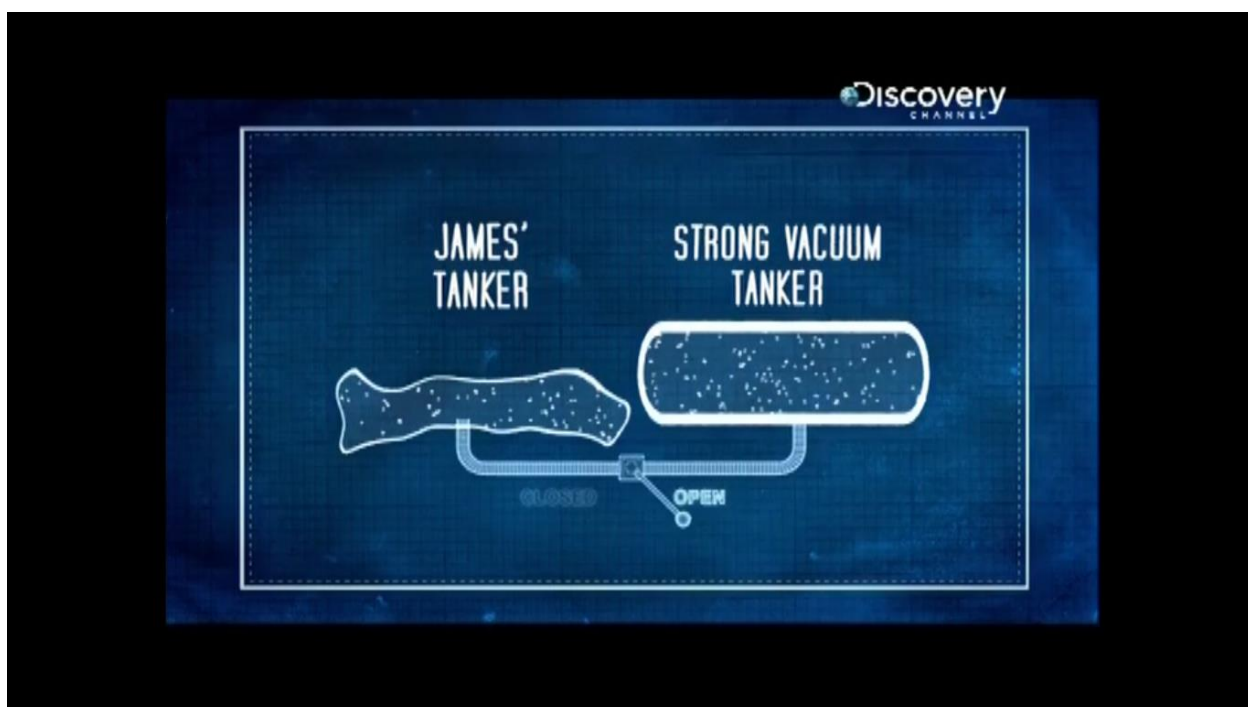


Приложение № 2





Приложение №3



Приложение № 4

